NICU I

DAISY KENDRICK

Clima ... ’a se schimbă

Noi de ce nu putem?

À

Despre autor

Daisy Kendrick a absolvit Universitatea Northeastern din Boston, după care a lucrat ca stagiară la sediul central al Organizaţiei Naţiunilor Unite (ONU) din New York, pentru Misiunea Permanentă din Grenada. Apoi a înfiinţat *Ocean Gene- ration* (OG), revoluţionând ideea de organizaţie caritabilă. Ea a creat această organizaţie deoarece era extrem de nemulţumită de lipsa de conştientizare şi acţiune pentru conservarea climei şi oceanelor din partea milenialilor şi a Generaţiei Z. *Ocean Generation* se foloseşte de mass-media şi tehnologie pentru a informa, a educa şi a schimba comportamente la nivel global. Daisy Kendrick a fost cea mai tânără persoană distinsă cu un premiu *Mărie Claire Future Shaper* în 2018, iar Daily Mail a inclus-o în *Top 50 Femei Remarcabile* din Marea Britanie.

DAISY KENDRICK

Fondatoarea *Ocean Generation*

Clima se schimbă

Noi de ce nu putem?

Traducere: Livia-Elena Gyongyoşi

NICULESCU

Cuprins

Mulţumiri.....7

Introducere.....9

1. Schimbarea climatică: o introducere.....23
2. Ştire de interes... plastic.....47
3. Adevărul urât despre modă.....77
4. Fiecare bucăţica de mâncare contează.....107
5. Este un stil de viaţă, nu o modă.....144
6. Proba viitorului: reţelele sociale şi „afacerile cu un scop”.... 177
7. Oamenii şi planeta noastră.....213

Concluzie: clima se schimbă – tu vrei să te schimbi? ...242

Gânduri despre schimbările climatice. .253

Note.....257

Mulţumiri

J

Doresc să le mulţumesc celor care au împărtăşit cu mine poveşti personale, gânduri, citate şi cuvinte – ei au contribuit la alcătuirea acestei cărţi, ca voce colectivă în discursul pe probleme climatice.

De asemenea, le mulţumesc şi următorilor:

Brad Davidson, pentru că a fost un sprijin constant pentru mine pe parcursul scrierii acestei cărţi. Ideile şi sugestiile sale au fost incredibil de valoroase.

Jillian Young, editorul meu, pentru că mi-a oferit această şansă şi pentru că a avut atât de multă răbdare cu mine.

Echipei de la Little Brown Book Group, pentru că îşi dau seama că schimbarea climatică este o ameninţare reală şi cu cât va fi publicată mai multă literatură pe tema aceasta, cu atât vom putea face mai mulţi oameni să conştientizeze nevoia de schimbare.

Această carte le oferă o voce oamenilor ale căror vieţi suferă modificări dramatice din cauza schimbărilor climatice. Primele şi cele mai afectate zone sunt cele mai sărace de pe Pământ, care totodată sunt şi cele mai puţin reprezentate şi susţinute şi nu au o platformă pe care să-şi împărtăşească poveştile. De asemenea, această carte este pentru cei care nu sunt încă aici, deoarece încă nu s-au născut. Cartea îţi cere să empatizezi cu cei nenăscuţi şi cu oamenii săraci din partea de sud a globului şi să-ţi schimbi stilul de viaţă pornind de la nevoile acestora - ceea ce omenirea n-a mai făcut până acum.

Introducere

> „Fă tot ce este posibil până când înveţi cum să faci mai bine. Atunci când ştii să faci mai bine, fâ mai bine.”
>
> **Maya Angelou**

S-ar putea să citeşti cartea aceasta în timp ce stai într-o cafenea şic, cu un *caffe latte* din ovăz aburind alături (ovăz, căci laptele nu este bine văzut în locurile la modă). Pe masă, lângă latte, se află iPhone-ul tău, pe care tocmai ţi-ai verificat contul de Instagram, o platformă online a unei reţele sociale care îţi umple subconştientul cu un conţinut probabil inutil, dar în general plăcut privirii. Şi, tot acum, chelnerul îţi aduce o tartină cu avocado.

Poate ar trebui să pozezi sandviciul şi să le arăţi şi prietenilor imaginea? Minunat mod de a-ţi petrece timpul! Sau poate ar fi mai util să continui să citeşti această carte, ca să afli că este nevoie, în medie, de 272 de litri de apă ca să produci un singur avocado? Fructul acela mic are propria amprentă de carbon şi s-ar putea chiar să fi contribuit la seceta devastatoare care a cuprins regiunea în care a fost crescut. (Nu-ţi face griji,

chiar dacă nu eşti genul de persoană care mănâncă avocado pe pâine în mod curent, pe măsură ce citeşti mai departe, vei întâlni o mulţime de alte exemple.)

Cât de mult se va mai încălzi planeta noastră? Când vom observa că temperatura planetei a crescut cu două, trei sau chiar patru grade Celsius? Cu cât va creşte nivelul mării în 2030,2050 şi 2100? Ce oraşe vor fi inundate mai întâi, ce păduri se vor usca şi care populaţii vor fi primele ce vor muri de foame?

Poftim, ce-ai spus?

Prin acţiunile noastre am reuşit să creştem acest monstru numit *schimbare climatică.* Este cea mai mare provocare cu care se confruntă omenirea. O provocare care depăşeşte, poate, imaginaţia, cu consecinţe mult mai adânc legate de politică, economie şi interese personale decât ar crede oricare dintre noi. De asemenea, sigur că este mai uşor să ignori schimbările climei atunci când nu-i vezi efectele în locul în care trăieşti şi, ca urmare, să ai o scuză că nu acţionezi în niciun fel. Sau, dacă pur şi simplu eşti dintre cei care neagă fenomenul, perspectiva schimbării climei nu ţi-a prea dat bătăi de cap. Dar cartea aceasta s-ar putea să schimbe felul în care vezi lucrurile.

Din Londra până la New York şi Mumbai, o mulţime de oameni cunosc doar la suprafaţă (în cazul în care au măcar habar de asta) cât de gravă este problema schimbării climatice. Pe măsură ce temperatura planetei creşte, vor apărea o mulţime de consecinţe, cum ar fi dezastrele naturale, foametea şi seceta. Ştim că în numai 40 de ani, oamenii au distrus 60% din populaţia totală a animalelor.[1]

Oceanele noastre sunt atât de pline de plastic încât dacă mănânci peşte, cel mai probabil vei digera microplastic – mici particule de plastic rezultate din

faptul că peştii confundă plasticul cu mâncarea. Schimbarea climatică este una dintre cele mai mari provocări cu care s-a confruntat până acum omenirea, iar lucrurile nu se vor opri aici. în curând, schimbarea climatică ar putea să alunge miliarde de oameni din casele, ţările şi locurile

lor de muncă şi să genereze mai multe transformări decât ar putea gestiona orice fel de ideologie existentă.

La naiba! Ce vremuri înfricoşătoare!

Totuşi, intenţia acestei cărţi nu este să te sperie. Disperarea conduce mai departe la inacţiune şi la un viitor pe care Sir David Attenborough l-a descris drept „prăbuşirea civilizaţiilor noastre şi dispariţia unei mari părţi din lumea biologică”. Optimismul şi implicarea, pe de altă parte, ne pot ajuta să evităm o viitoare catastrofa pentru oameni şi planetă.

Trăim într-o epocă a îndemnurilor la acţiune *(caii to action)* imediată, dar cum se face că majoritatea ignorăm tocmai această stringenţă? încălzirea globală este demonstrată ştiinţific de 40 de ani, dar în loc să ascultăm avertismentele, am continuat să poluăm într-un ritm accelerat. Guvernele, oamenii de ştiinţă şi corporaţiile ştiu ce se întâmplă – o ştiu de ani buni, Aceştia trebuie să rupă sau să redefmească legăturile pe care le au cu corporaţiile sau indivizii ce finanţează inechitabilele schimbări climatice globale. Pentru prea multă vreme omenirea a crezut că poate exploata în mod egoist resursele Pământului, fără să suporte consecinţele. Dar lumea nu este o marfa. Dacă luăm în serios drepturile civile şi drepturile omului, nu putem atribui rezolvarea crizei climei globale doar unor indivizi; noi toţi trebuie să realizăm magnitudinea schimbărilor politice şi comerciale care trebuie să aibă loc.

Este adevărat că încă nu ştim cu siguranţă cum vor evolua lucrurile, deşi schimbări ireversibile pentru planetă s-au produs deja, dar ca să nu aflăm niciodată

cum ar arăta Apocalipsa ori un Al IlI-lea Război Mondial, tu, cititorul, trebuie să începi să acţionezi.

Pe parcursul cărţii, explorez în profunzime realitatea schimbărilor climatice şi modul în care diverse industrii afectează planeta şi ofer idei – şi modificări simple de direcţie – pentru ca tu, ca individ, să poţi juca un rol vital în declanşarea schimbării pentru generaţiile viitoare.

La modul ideal, fiecare cititor va aplica modificările de direcţie pe care le sugerez, dar asta nu este realist. Cartea mea nu îţi spune cum să devii vegan peste noapte şi să nu mai produci chiar de acum niciun pic de gunoi pentru a salva oceanele; ea vorbeşte despre micile acţiuni colective. Ideile cu care vei rămâne trebuie să se armonizeze cu stilul tău de viaţă, cu situaţia ta economică şi, în cele din urmă, cu lucrurile care te fac fericit şi în care crezi.

Este perfect normal să te întrebi cât de hotărât eşti sau de ce ar trebui să te privezi de mici plăceri, cum ar fi să mănânci carne zilnic sau să faci duşuri lungi, cu apă fierbinte, dar aceste plăceri ignoră realitatea cu care ne confruntăm. Şi dacă crezi că tot ce se întâmplă este din vina ţărilor vestice şi că este doar o problemă a celor bogaţi – da, dragă, sigur că sezonul de ski în Verbier va fi afectat de ninsoarea insuficientă –, fii conştient că aproape fiecare om care citeşte această carte trăieşte mai bine decât 99% dintre toate fiinţele omeneşti care au trăit vreodată. Trebuie să ne exercităm privilegiul de a putea face mai mult.

Să alegi să consumi mai puţin sau mai sănătos nu înseamnă să duci o viaţă grea, dimpotrivă, poate însemna o viaţă mai plină de sens.[2] Politica, legislaţia şi

corporaţiile uriaşe sunt în mare parte vinovate de schimbările climatice şi toate trebuie să-şi schimbe imediat perspectiva. Oamenii de ştiinţă, liderii mondiali şi companiile au continuat să alimenteze obiceiurile de consum care poluează. Dacă în centrul preocupărilor politice actuale nu s-ar afla banii, atenţia pe termen scurt şi profiturile din combustibili fosili, ci toate formele de viaţă – de la oameni la biodiversitate –, în prezent ne-am afla într-o poziţie mult mai bună.

Până vom putea orienta politica şi afacerile în jurul unei viziuni care cere un viitor mai sigur, singurii oameni pe care ne putem baza cu adevărat suntem noi. Dacă acestea nu se vor schimba, cu toate că politicienii le cer cetăţenilor să se schimbe, înseamnă că am ajuns într-adevăr la un punct de răscruce. Nu ne mai putem baza pe alţii ca să vină în ajutorul oamenilor şi al planetei – responsabilitatea este acum a noastră.

Da, adică şi a ta.

Este important să fim sinceri în legătură cu impactul pe care îl are trecerea unei persoane la variante eco, chiar cu rezultate imediate, în tabloul general al schimbării climei. Dacă fiecare consumator ar înceta acum să folosească maşini şi avioane, să cumpere haine doar pentru că sunt la modă, să mănânce carne şi să folosească plastic, problemele nu s-ar rezolva, de fapt, peste noapte. Aceste eforturi nu sunt decât o picătură în oceanul distrugerilor pe care oamenii le-au provocat planetei în ultimii 100 de ani. Totuşi, subliniind adevărurile despre felul în care trăim mulţi dintre noi şi despre lumea pe care noi, consumatorii, am construit-o,

într-un mod elocvent şi sincer, voi oferi informaţii concrete despre mai multe industrii şi voi da soluţii fiecărui cititor, în funcţie de diferitele lor momente din viaţă.

Un autor care încă nu-i perfect

Călătoria mea climatică n-a fost chiar aşa simplă. Nu am fost preocupată de mediu de când m-am născut şi pe când creşteam nimic nu m-a împins să gândesc în afara bulei mele sociale, dar totul s-a schimbat în 2015, când am urmat un program de stagiatură la sediul ONU, în New York.

A fost un an deosebit de interesant, în care 194 de ţări au negociat şi semnat Agenda pentru Dezvoltare Durabilă, un îndemn la acţiune imediată adresat tuturor ţărilor, dezvoltate sau în curs de dezvoltare, constituit într-un parteneriat global de pace pentru oameni şi planetă.

Pentru prima oară în istorie, schimbarea climatică se afla pe primul loc în agenda obiectivelor dedicate naturii. Mi-am folosit perioada de stagiar ca să alerg de colo-colo, de la o întâlnire la alta, ascultând şi luând notiţe despre distrugerea rapidă a oceanelor noastre, pierderea biodiversităţii, poluarea aerului şi, în final, suferinţa a milioane de oameni – la nivel global – provocate de schimbarea climatică.

Dezamăgită şi copleşită de complexitatea schimbărilor climatice, am început să mă implic în

organizaţii locale şi, în cele din urmă, la 21 de ani am fondat propria organizaţie non-pro- fit – *Ocean Generation Foundation.* La nivel mondial, există mii de organizaţii de mediu non-profit, aşa că nu era neapărat nevoie să înfiinţez şi eu una, dar am simţit că există un vid uriaş de conţinut relevant şi clar care să atragă milenialii şi pe cei din Generaţia Z către problemele de mediu.

Experimentând cu ajutorul muzicii, a jocurilor pe mobil şi a programelor de IT, Ocean Generation a deschis drumul unui nou mod de comunicare despre problemele climatice către cea mai conectată generaţie. Am ajuns la milioane de tineri printr-o mulţime de platforme şi le-am transmis esenţialul despre ceea ce se întâmplă în lume, referitor la problemele climatice. Am transmis idei care ar putea fi puse în practică atât la nivel individual, cât şi pe scară mai largă, pentru un viitor mai sigur pentru planeta noastră. De la conştientizare, am trecut mai departe, la acţiuni esenţiale, cu iniţiative care ajută sute de tineri din comunităţile aflate pe insule vulnerabile climatic să-şi dezvolte noi deprinderi şi să folosească tehnologia ca să găsească soluţii la problemele ce ţin de ocean şi de climă.

După cum voi continua să subliniez în această carte, schimbarea climatică este un subiect complex. Avem date ştiinţifice foarte clare, statisticile sunt teribil de nefavorabile şi cu toate acestea, deseori uităm aspectele sociale pe care le implică schimbările climatice: oameni care mor, îşi pierd casele, se îmbolnăvesc, se luptă pentru puţin mâncare. Pentru mulţi tineri, subiectul

pare adesea greu de perceput. Dar printre toate pierderile la care am fost martoră în timp ce lucram pentru comunităţi şi călătoream prin lume, am văzut şi o licărire de speranţă, deoarece natura este atât de rezistentă. Natura funcţionează în cicluri şi uneori, în mod miraculos, lucrurile pot reveni la viaţă. De aceea ar trebui să ne schimbăm obiceiurile şi să nu ne pierdem niciodată speranţa că o acţiune mică, multiplicată de milioane de oameni, va avea un impact pozitiv.

înfiinţarea unei organizaţii pentru protejarea climei mi-a permis să văd ambele părţi ale discursului pe acest subiect. Acum iau parte la discuţii la nivel înalt despre cum putem rezolva cele mai mari provocări ale omenirii, dar este important să subliniez că eu n-am crescut într-un mediu cu preocupări despre mediu. Habar n-aveam că schimbarea climatică chiar se întâmplă. în familia sau cercul meu social, cel mai „eco” lucru pe care îl făceau oamenii era cel mult să colecteze selectiv gunoiul. Un stil de viaţă mai „verde” nu mi-a fost indus din copilărie şi nici astăzi nu pot spune că sunt vreo expertă. îmi dau foarte bine seama că orice voi spune în cartea mea, pentru unii oameni nu va fi destul şi că s-ar putea să primesc o mulţime de atacuri şi critici.

Din când în când port piele şi călătoresc mult cu avionul, din cauza muncii mele. Nu duc o viaţă sută la sută sustenabilă, trăiesc într-un oraş mare şi ar fi teribil de greu să fac acest lucru.

în multe orăşele şi oraşe mari din lume, cum ar fi Londra, folosirea plasticului sau a combustibililor fosili este pur şi simplu inevitabilă (aproape tot ce folosim ajunge aici datorită acestor combustibili), şi am fost

condiţionaţi social să ne conformăm pur şi simplu şi să nu ne vină uşor să contestăm normele. De asemenea, mă aflu într-o poziţie privilegiată şi pentru că am destul timp şi bani ca să pot face alegerile potrivite, de exemplu de unde să-mi fac cumpărăturile şi ce să mănânc, astfel încât să fie nişte alegeri etice; lucruri pe care nu oricine şi le permite. Important este să începi să vezi imaginea de ansamblu, să te educi cu privire la ce se întâmplă în lume şi să iei decizii conştiente în legătură cu stilul tău de viaţă pornind de la ceea ce ai învăţat.

Când eram copil, habar n-aveam că, până să devin femeie în toată firea, planeta noastră avea să fie un loc distrus pentru copiii mei. Eram prea ocupată să trăiesc, să consum, să devin o victimă a normelor sociale. Apoi am realizat că vieţile noastre joacă un rol cheie în vieţile altora şi că este responsabilitatea fiecăruia dintre noi să fim mai atenţi şi să facem lumea un loc mai bun.

De când am aflat ce se întâmplă cu mediul, am petrecut mult timp reflectând şi învăţând despre toate acestea. Cercetând constant, am început să fiu fascinată de natură şi de frumuseţea sa, lucru pe care îl voi sublinia în această carte. Fără natură, nimeni şi nimic nu poate exista. Natura este totul, este ceea ce ne ţine în viaţă. După ani de muncă filantropică şi călătorii în care am stat de vorbă cu oameni care se confruntau în diferite grade cu catastrofe provocate de climă, am decis că am obosit să port stigmatul aferent aruncat asupra activiştilor.

Am obosit să merg la evenimente şi să văd aceiaşi oameni, am obosit să văd cum branduri uriaşe încearcă să-

şi înverzească imaginea (voi explica termenul acesta în **Capitolul 1)** şi am obosit să văd abordări tip „facem aşa sau deloc” când este vorba despre problema schimbărilor climatice. Activismul de mediu nu este un club exclusivist; fiecare dintre noi este activist în felul său şi împreună putem deveni o echipă care să asigure viitorul planetei noastre.

Trăim într-o lume în care tehnologia a avansat deosebit de mult, o lume în care apar inovaţii peste tot, în încercarea de a repara greşelile trecutului, iar *start-up*-urile au de la început o viziune clară. Fiecare acţiune pe care o facem are impact asupra mediului. Fiecare dintre noi are ceva unic de oferit lumii, ceva ce numai noi putem da, în funcţie de context. Din acest motiv, niciun fel de soluţie unică transformată de mass-media în modă nu va rezolva problema schimbării climei. Hai să umanizăm povestea ei şi să ne folosim de responsabilitatea colectivă ca indivizi, branduri, antreprenori, guvernanţi şi cetăţeni pentru a ne trezi la realitate.

Ca orice alt om, încă mă instruiesc, mă aflu într-o călătorie de învăţare despre cum să devin o femeie mai prietenoasă cu mediul, în timp ce trăiesc într-un oraş cosmopolit. Nu sunt mai bună decât alţii, dar câteva informaţii şi indicii pe care le vei găsi în cartea mea m-au ajutat să duc o viaţă mai conştientă.

Lecţiile din aceste pagini nu sunt reguli, nici nu vor deveni o stare de fapt. Unele abordări îţi vor părea de bun-simţ sau poate chiar le-ai întâlnit deja pe reţelele

sociale. Scopul este pur şi simplu să vorbim despre diferitele tipuri de impact pe care anumite industrii le au asupra mediului şi să găsim moduri în care noi ca indivizi să putem face uşor schimbări în viaţa noastră.

De ce această carte?

Această carte îşi propune să fie o sursă de inspiraţie şi un instrument concentrat pe acţiunea individuală în lupta împotriva schimbărilor climatice.

Nimeni n-ar trebui să fie indiferent în faţa gravităţii modificărilor suferite de climă şi a potenţialului său impact asupra vieţilor noastre. Cartea mea îţi va deschide mintea cu ajutorul informaţiilor din diferite industrii: de la hainele pe care le cumperi, la alimentele pe care le mănânci, la ceea ce faci la tine acasă şi multe altele. De la plasticul pe care îl folosim – care creşte schimbarea climatică şi ne pune în pericol viitorul –, la felul în care folosim reţelele sociale şi tehnologia, la creşterea activis- mului modern şi la instrumentele care ne ajută să ne facem auzite vocile şi să cerem acţiuni concrete pentru prevenirea modificării climei.

Fiecare capitol începe cu un studiu amănunţit despre modul în care fiecare industrie afectează mediul, despre impactul pe care îl are asupra oamenilor şi comunităţilor globale şi, în final, sugerează schimbări simple pe care le poţi face în viaţa de zi cu zi. Să faci diferenţa şi să faci ceva bun pentru mediu nu înseamnă să-ţi blochezi tot timpul şi toţi banii. Unele schimbări ecologice pot părea evidente, altele pot părea imposibil de aplicat pentru tine, iar altele s-ar putea să nici nu fie relevante.

Scopul tuturor acestor lucruri este să-ţi ofere

informaţii, pentru ca tu să poţi lua decizii potrivite convingerilor şi stilului tău de viaţă. Ele îţi vor oferi metode practice prin care tu, consumatorul, poţi reduce impactul în această foarte complicată problemă. Vei vedea că micile modificări, dacă sunt aplicate de milioane de oameni, vor schimba felul în care consumăm, ce branduri şi guverne favorizăm şi ce le vom lăsa ca moştenire generaţiilor viitoare.

Ultima parte a cărţii vorbeşte despre modul în care reţelele sociale, afacerile şi tehnologia ne influenţează percepţia asupra schimbărilor climatice şi despre ce pot face împreună acele companii pentru a răspândi mesajul despre aceste modificări.

Vom urmări, de asemenea, felul în care femeile şi viaţa lor de zi cu zi sunt afectate de schimbările climatice. Vom discuta despre termenul „eco-feminism”, dar şi despre slaba reprezentare a vocilor feminine în negocierile şi politicile referitoare la problema climei şi nevoia ca acest domeniu să devină mai deschis tuturor. în cele din urmă, vorbesc despre oameni şi impactul schimbărilor climatice asupra comunităţilor de pe întreg globul. Acest subiect îmi este deosebit de drag, deoarece povesteşte despre acea parte a problemei pe care mass-media tinde să o neglijeze în favoarea a tot felul de animăluţe marine drăguţe. Dar realitatea este că, atunci când se întâmplă o catastrofa, trebuie să treacă zeci de ani ca să refaci comunităţile. Iar noi, oamenii, trebuie să fim pregătiţi să ne adaptăm la schimbările rapide care se petrec.

Când vei face oricare dintre acele schimbări pe care le propun, este important să te gândeşti că nu le faci

doar pentru tine, ci pentru *întreaga* omenire, inclusiv pentru cei care nu s-au născut încă.

Pe parcursul cărţii sunt evidenţiaţi mari activişti şi lideri în probleme de mediu, din toată lumea. Ba chiar, când a fost posibil, au contribuit cu propriile cuvinte. Această călătorie nu este doar povestea mea, a fost un privilegiu să-i ascult şi pe alţii îm- părtăşindu-şi poveştile şi eforturile depuse. Datorită lor, această carte a devenit un instrument puternic.

Când vei citi informaţii despre ceea ce se întâmplă cu lumea noastră, intenţia mea nu este să-ţi provoc un puseu de isterie, ci să te ajut să-ţi transpui emoţiile din zona de panică spre acţiune.

Primul pas spre o lume mai bună este să înceapă să-ţi pese de lucrurile care s-ar putea să nu te afecteze în mod direct şi imediat. Şi, surprinzător, primul tău pas este chiar citirea acestei cărţi. Doar acţiunile colective pot să ne salveze pe noi toţi şi generaţiile viitoare. Este important să realizezi că de fiecare dată când fluturi cârdul prin faţa unui POS şi cumperi ceva, gestul tău are un impact clar undeva în lumea asta şi contribuie, direct sau indirect, la schimbarea climatică.

Intenţia acestei cărţi nu este să-ţi spună ce poţi şi ce nu poţi să faci sau să primeşti dacă îţi pasă de planetă, nici cum să-ţi trăieşti viaţa. Şi nici nu susţine că numai anumite moduri de viaţă ar fi corecte. Faptele, poveştile şi sugestiile de mici schimbări ecologice sunt menite să te ajute să faci alegeri de viaţă mai bine informate şi să le asiguri generaţiilor viitoare condiţiile pe care le merită.

Clima se schimbă. Noi de ce nu o facem? Până la

urmă, noi suntem generaţia schimbării.

Noi suntem

de Nils Leonard

Unii se mulţumesc să stea şi să privească.
De la locurile lor.
Să continue ca şi până acum să trăiască.

Iar alţii văd lucrurile diferit.
Văd lucrurile aşa cum sunt ele de fapt.
Şi vor să le schimbe în ceva deosebit.

Pentru ei, lumea nu este ceva îndepărtat.
O văd în tot ceea ce fac, în orice habitat.

în felul cum mănâncă, beau, muncesc, iubesc şi trăiesc.
înţeleg că Pământul este în toate.
înţeleg puterea
Fiecărui moment de a schimba viitorul planetei noastre.

Nu este vorba despre bani. Este vorba despre noi. Noi toţi.

Şi este timpul ca noi
Să votăm cu vieţile noastre,
Cu vieţile noastre de zi cu zi,
Pentru sau împotriva perspectivei unui viitor mai plin de speranţă.

Vedem o cale nouă.
Vom schimba relaţia lumii cu plasticul.
îi vom susţine pe cei care depind de oceane pentru a-şi duce viaţa.
Vom inova, vom fi partenerii celor care aduc o nouă viaţă planetei.

Suntem puternici.
Suntem schimbarea.
Suntem muncitorii.
Artiştii. Gânditorii.
Cea mai conectată generaţie care a călcat vreodată pe planetă.

Suntem gata.
Suntem ca unul.

Noi suntem un colectiv global care îi vorbeşte celei mai conectate generaţii din istorie despre schimbările climatice şi importanţa lor.

Schimbarea climatică: o introducere

„Schimbările climatice nu mai sunt o problemă îndepărtată, se întâmplă aici, se întâmplă acum.”

BarackObama

Mai întâi, hai să stabilim nişte definiţii. Formulările precum „încălzire globală”, „schimbări climatice”, „sustenabilitate” şi „organic” s-au tocit şi s-au golit de conţinut pentru că au fost folosite greşit, iar asta începe să umbrească adevăratele probleme de care trebuie să ne ocupăm.

Activismul de mediu este un subiect fierbinte, dar cuvintele care sunt asociate cu el sunt adesea folosite prea des şi în mod eronat, ba chiar sunt folosite de către milioane de articole online ca să-ţi atragă atenţia şi să dai „click”. Zilnic. Nu te lăsa păcălit de ceea ce citeşti pe internet, pentru că schimbarea climatică şi încălzirea

globală *nu sunt* acelaşi lucru: un fenomen este rezultatul celuilalt.

Un dicţionar eco

Acest mic dicţionar eco prezintă o parte din terminologia folosită în această carte şi în mod curent în discuţiile despre climă, îmi cer scuze de pe acum, pentru că, după ore de cercetat pe Google despre cum să faci limbajul climatic să sune mai amuzant, chiar nu am găsit un mod mai prietenos de a explica aceşti termeni fără să folosesc limbajul ştiinţific. Oricum, simt cuvinte pe care ar trebui să le ştii, dată fiind situaţia planetei noastre.

Fă o captură de ecran cu telefonul la aceste cuvinte, să le ai în caz că vei nimeri vreodată în mijlocul unei conversaţii despre climă şi vei vrea să pari un fin cunoscător.

Acid ¡fierea oceanelor. Termen care se referă la schimbări semnificative în compoziţia chimică a oceanelor. Dioxidul de carbon absorbit de oceane intră în reacţie cu apa şi astfel se formează acid.[1] Deşi este un fenomen natural, cantitatea ridicată de CO_2 din atmosferă a provocat un nivel ridicat de acid. Consecinţele includ inhibarea creşterii coralilor şi dereglarea funcţionării unor organisme marine.

Adaptare. Acţiune care ajută la gestionarea efectelor schimbării climatice; de exemplu, construirea unor baraje care să ne protejeze de creşterea nivelului mării. Sau alegerea pe care o fac fermierii de a cultiva plante ce pot supravieţui în condiţii de temperaturi crescute şi

secetă.[2]

Amprentă de carbon. Reprezintă cantitatea de dioxid de carbon (CO_2) şi gaze de seră eliberată în atmosferă ca rezultat al activităţilor tale personale. Ca să-ţi calculezi amprenta de carbon, ia în calcul tot ce faci: de la alimentele pe care le mănânci, la cât curent electric consumi, la călătoriile cu avionul şi/sau cu maşina, la perioada de timp când practici un sport pe un teren iluminat artificial, la hainele pe care le porţi. (Un studiu realizat de Carbon Trust estimează la 10,92 tone de CO_2 amprenta de carbon anuală a unui englez obişnuit.)

Combustibili fosili. Resurse naturale, precum cărbunele, petrolul şi gazele naturale, care conţin hidrocarburi. Aceşti combustibili s-au format în Pământ pe parcursul a milioane de ani şi produc, prin ardere, CO_2.

Compensarea carbonului. Modalitate de a compensa emisiile de CO_2 prin participarea la sau finanţarea eforturilor de a elimina dioxidul de carbon din atmosferă. Compensarea implică adesea să plăteşti persoane care trăiesc în altă zonă să îşi micşoreze emisiile cu echivalentul celor produse de activitatea ta.[3]

Despădurire. Acţiune de tăiere a copacilor de pe **o** suprafaţă mare sau distrugerea pădurilor de către oameni.[4]

Dezvoltare sustenabilă. Tip de dezvoltare care satisface nevoile prezentului Iară să afecteze posibilitatea generaţiilor viitoare de a-şi satisface propriile nevoi.[5]

Economie circulară. Alternativă la economia tradiţională, lineară (bazată pe producţie, uz, aruncare), în care folosim resursele cât mai mult timp posibil, extrăgând maximum de valoare din ele, apoi recuperăm şi regenerăm produsele şi materialele care nu mai pot fi utilizate.[6] Printr-o astfel de economie se obţine o cantitate foarte mică de deşeuri.

Energie regenerabilă. Energie care poate fi recreată într-un timp scurt. Cele mai frecvente cinci surse de energie regenerabilă sunt cea solară, eoliană, creată cu ajutorul apei, geotermală şi de biomasă. Producând o energie din care rezultă o cantitate mai mică de dioxid de carbon, guvernele pot obţine o economie care să nu se mai bazeze pe consumul de hidrocarburi.

Ferme organice. Termenul se referă la o varietate de sisteme de producţie agricolă care urmăresc să conlucreze cu natura, nu să o supună.

Gaze de seră. Principalele gaze de seră, cum ar fi CO_2-ul şi metanul, au impact diferit asupra încălzirii globale. Gazele de seră în combinaţie cu vaporii de apă acţionează ca o pătură, păstrând sub ea o parte din căldura Soarelui. Când cantitatea de gaze de seră creşte datorită arderii combustibililor fosili, este ca şi cum Pământul ar fi învelit într-o pătură mai groasă. Această creştere a temperaturii este numită „încălzire globală”.[7]

IPCC. *Intergovernmental Panel on Climate Change* (Comisia Interguvernamentală pentru Schimbări

Climatice), fondată de Programul de Mediu al ONU şi de Organizaţia Meteorologică Mondială, este un organism care evaluează riscurile schimbărilor climatice. Scopul IPCC este să furnizeze la nivel mondial o perspectivă obiectivă, ştiinţifică, asupra acestor schimbări, a impactului şi riscurilor naturale, politice şi economice, precum şi posibilele reacţii care pot apărea în urma lor. Concluziile ştiinţifice aprobate de IPCC nu sunt supuse dezbaterilor şi nici negociabile: clima şi criza ecologică pun în pericol iminent viaţa pe Pământ. Datorită ritmului rapid în care evoluează ştiinţa şi au loc noi descoperiri în domeniul climei, în viitorul apropiat sigur vor apărea multe alte subiecte care vor intra sub umbrela modificărilor climatice.

încălzire globală. Creştere pe termen lung a temperaturii climei de pe Pământ, produsă de acumularea de gaze de seră în atmosferă.

Măsuri de temperare. Măsuri de reducere a schimbărilor climatice provocate de om. Aici sunt incluse acţiunile care au ca scop reducerea emisiilor de gaze de seră sau absorbţia lor în atmosferă.[8]

Obiective de Dezvoltare Durabilă (ODD). Program care conţine 17 obiective stabilite la nivel global de către Adunarea Generală a ONU în 2015, pentru anul 2030. Obiectivele şi ţintele sunt universale, ceea ce înseamnă că se aplică tuturor ţărilor din lume, şi au ca scop eradicarea sărăciei, protejarea planetei şi grija ca toţi oamenii să se bucure de pace şi prosperitate.

Rezistenţă climatică. Capacitatea unui ecosistem de a absorbi, a rezista şi a reveni la normal după un eveniment care l-a afectat.

Schimbare climatică. Orice schimbare semnificativă, pe termen lung, în starea obişnuită a vremii dintr-o anumită regiune (sau pe tot Pământul), pe o perioadă semnificativă de timp.

Spălare verde. Acţiune de susţinere nefondată sau chiar înşelătoare a unui produs, serviciu, tehnologie sau mod de lucru al unei companii despre care se spune că este prietenos cu mediul. Spălarea verde poate face ca o companie să pară mai nepoluantă decât este de fapt.

Notă: pe parcursul lecturii, dacă îţi vin în minte alte cuvinte ce ţin de mediu sau dacă întâlneşti cuvinte pe care ai vrea să le notezi, foloseşte paginile libere de la *Gânduri despre schimbările climaticei* aflate la finalul cărţii.

A Şasea Extincţie în Masă

Timp de peste 3,5 miliarde de ani, organismele au progresat, s-au reprodus şi diversificat astfel încât să se adapteze în orice fel de ecosistem de pe Pământ. De cealaltă parte a apariţiei unor noi specii, extincţia face parte şi ea, dintotdeauna, din ciclul evoluţiei. Dar când aceste două procese nu sunt aliniate, iar numărul speciilor dispărute îl depăşeşte pe cel de specii noi, situaţia se transformă într-un fenomen cunoscut drept

„extincţie în masă”, definit prin pierderea a aproximativ trei sferturi din speciile de pe Pământ într-o perioadă geologică „scurtă”. Spun „scurtă” în raport cu perioada imensă de timp în care viaţa a evoluat pe planetă. în context, scurt înseamnă orice este mai puţin de 2,8 milioane de ani.

Din era Cambriană, care a început cu vreo 540 de milioane de ani în urmă, când viaţa a explodat într-o multitudine de forme, numai cinci fenomene au întrunit criteriile pentru a fi numite, din punct de vedere ştiinţific, extincţie în masă. Aceste aşa-numite „Cinci mari momente” au devenit parte dintr-un sistem de referinţă ştiinţific la care ne raportăm când vrem să stabilim dacă oamenii de astăzi au creat condiţiile pentru a şasea extincţie în masă?

începând cu perioada Cambriană, fiecare extincţie a avut loc în medie la aproximativ 100 de milioane de ani şi fiecare eveniment a durat între 50 000 şi 2,76 milioane de ani.

Cele 5 mari momente

Perioada Ordoviciană. Prima extincţie în masă a avut loc cu circa 444 de milioane de ani în urmă şi a dus la dispariţia a peste 85% din totalul speciilor. Evenimentul pare să fi fost rezultatul a două fenomene climatice: o epocă de gheaţă la nivel global urmată de o perioadă în care temperatura a crescut rapid.

Perioada Devoniana Târzie. Cu vreo 375 de milioane de ani în urmă, pe Pământ erau caracteristice variaţiile mari ale nivelului mării şi alternanţa rapidă a condiţiilor

de încălzire şi răcire globală. A fost de asemenea o perioadă în care plantele începeau să ocupe tot mai mult zonele de uscat şi existau scăderi mari de CO_2 la nivel global. Acest lucru a afectat 75% dintre speciile care existau, cele mai multe erau nevertebrate care trăiau pe fundul mărilor tropicale din acea perioadă.

Perioada Permiană. Poate cea mai extremă şi devastatoare extincţie în masă a avut loc cu aproximativ 250 de milioane de ani în urmă, când peste 95% dintre toate speciile existente au fost şterse de pe faţa Pământului. Cauzele posibile încă sunt discutate, de exemplu o activitate vulcanică majoră în ceea ce este astăzi Siberia, sau creşterea toxicităţii oceanului din cauza unei creşteri a dioxidului de carbon din atmosferă, sau impactul cu un asteroid care a umplut aerul cu o pulbere de particule ce s-ar putea să fi blocat Soarele şi să fi cauzat ploi foarte acide. Toate aceste schimbări au creat condiţii nefavorabile pentru majoritatea speciilor.

Perioada Triasic-Jurasic. La 50 de milioane de ani după marea extincţie Permiană, încă 80% dintre speciile din lume au dispărut în era Triasicului. Ca rezultat, din nou, al creşterii nivelului de CO_2, din cauza unei activităţi geologice uriaşe în locul în care astăzi se află Oceanul Atlantic, al creşterii temperaturii la nivel global şi al acidifierii oceanelor.

Perioada Cretácica. Ultima şi cea mai cunoscută extincţie în masă a avut loc acum 66 de milioane de ani, când aproximativ 76% dintre specii au dispărut, inclusiv dinozaurii. Dispariţia dinozaurilor pare să le fi dat ocazia

mamiferelor, din care în cele din urmă au evoluat oamenii, şansa să ocupe noi habitate.

A şasea extincţie: Va avea loc în zilele noastre? Planeta traversează acum o criză a biodiversităţii cauzată de exploatarea Pământului de către oameni. Estimările recente sugerează că până la 1 000 000 de specii sunt ameninţate cu dispariţia, din cauza unui amestec de activităţi omeneşti directe şi indirecte, cum ar fi distrugerea habitatelor, poluarea chimică, pescuitul şi vânatul intensiv şi arderea combustibililor fosili. Astăzi, extincţiile se petrec de sute de ori mai repede decât ar fi fost natural, iar dacă lucrurile vor continua în acelaşi ritm, este posibil să ajungem la nivelul unei extincţii în masă nu mai târziu de 250-540 de ani. Aşa cum o demonstrează extincţiile anterioare, schimbarea climatică poate fi distrugătoare, iar peste câteva generaţii s-ar putea ca oamenii să se confrunte cu consecinţele ei şi să fie martorii unor distrugeri ce vor arunca ecosistemul în haos şi vor remodela lumea noastră.

Să fie clar, schimbarea climatică n-a ajuns brusc un subiect important, odată cu apariţia reţelelor sociale şi a nesfârşitelor articole şi postări despre poluarea mediului înconjurător cu plastic. Avem date ştiinţifice despre istoria extincţiilor în masă, reviste ştiinţifice care datează din anii 1890 şi simulări pe computer ale climei globale încă din 1960. Dar abia în ultimii 40 de ani schimbarea climatică a devenit subiect de ştiri. A fost nevoie de un secol de ştiinţă ca să adunăm destule dovezi despre folosirea combustibililor fosili, despre

pericolul în care se află pădurile tropicale, despre acidifierea oceanelor şi o mulţime de alte consecinţe ale schimbării climei.

Svante Arrhenius, un om de ştiinţă suedez, a estimat în 1896 – pentru prima dată – amplitudinea încălzirii globale pornind de la foarte răspânditul obicei de a arde cărbuni. Au urmat câteva perspective istorice asupra schimbării climei şi ici-colo câte un raport, pe parcursul câtorva decade. Apoi, în 1956, un articol din *New York Times* vorbea despre transformări pe termen lung ale mediului, care decurgeau din acumularea emisiilor de gaze de seră, formate prin producerea de energie. Cu toate acestea, prevedea articolul, câtă vreme cărbunele şi petrolul erau ieftine şi suficiente la nivel global, aveau să fie consumate în continuare, dacă producătorii aveau să scoată în continuare profit de pe urma lor.[10]

Ca urmare, în 1988, o serie de factori, printre care seceta şi incendiile de vegetaţie, au atins un vârf la nivel mondial şi au adus efectul de seră în lumina reflectoarelor. în acelaşi an a fost înfiinţat IPCC. Ideea de a elimina anumiţi compuşi care ameninţau stratul de ozon al atmosferei a apărut datorită Protocolului de la Montreal, aprobat de ţări din toată lumea.

Protocolul de la Montreal a fost cel mai de succes acord de protecţia mediului şi primul tratat internaţional referitor la climă care a fost pe deplin omologat. Acesta stabilea ca ţările să renunţe treptat la 96 de substanţe chimice care afectau stratul de ozon, care erau folosite în mii de compuşi, în peste 240 de sectoare industriale. Toate acestea s-au hotărât într-un cadru stabil, care

permitea industriilor să facă cercetare şi să inoveze pe termen lung. Spre lauda lor, companiile de produse chimice au continuat să inoveze şi acum reuşesc să realizeze materiale chimice care nu afectează stratul de ozon.

Privind în urmă, tot atunci ar fi fost timpul pentru schimbări şi dezvoltarea unor alternative care să minimizeze distrugerile provocate ecosistemelor de combustibilii fosili, dar în loc să facă asta, liderii şi corporaţiile s-au făcut că nu le observă. A fost de asemenea o lipsă de interes pentru energiile regenerabile. în anii 1970, activiştii de mediu au promovat ideea dezvoltării energiei regenerabile, atât ca eventual substitut al petrolului, cât şi ca o variantă de a deveni mai independenţi. Folosirea surselor de energie regenerabilă şi folosirea raţională a energiei sunt lucruri fundamentale pentru orice politică energetică responsabilă.

Discuţia despre energia nucleară n-a fost subliniată destul în Protocolul de la Montreal: deşi energia nucleară nu emite gaze de seră, este deosebit de periculoasă, scumpă şi creează munţi de deşeuri radioactive toxice. Discuţiile despre energie şi combustibilii fosili au devenit mai concentrate abia câţiva ani mai târziu, în alte protocoale, în care „schimbările climatice” au devenit subiecte de conversaţie mai importante.

Ameninţarea asupra sistemului climatic

Oamenii de ştiinţă au ajuns la concluzia că atât emisiile

generate de om, cum sunt dioxidul de carbon şi metanul, cât şi defrişările sunt unele dintre cauzele încălzirii globale. Acest fenomen ameninţă sistemul climatic, generând temperaturi mai înalte pe uscat şi pe mare, iar asta provoacă schimbarea tipului de precipitaţie şi a modului în care plouă. Acele modele de climă în schimbare intensifică catastrofe cum sunt seceta, inundaţiile, incendiile de vegetaţie, cicloanele, pierderea biodiversităţii şi uraganele. Din acelaşi motiv se topesc calotele glaciare şi gheţarii, având ca rezultat creşterea nivelului mării, ceea ce pune în pericol micile state insulare.

Schimbările de temperatură influenţează ecosisteme întregi, împingând în afara normelor obiceiurile de migraţie şi producţia alimentară din anumite zone. Din acest motiv am început să percepem schimbarea climatică drept un pericol la adresa sănătăţii umane. Pe măsură ce schimbarea climatică alimentează creşterea temperaturilor şi apariţia fenomenelor meteorologice extreme, ne pune în pericol şi resursele vitale: scade calitatea aerului, scad rezervele de apă şi alimente, bolile se răspândesc şi casele noastre se află în pericol.[11] Ajungem la un punct de cotitură al catastrofei climatice globale, dincolo de care Pământul va deveni un loc în care viaţa nu va mai fi posibilă.

Poluarea degradează elementele din jurul nostru, făcând mediul nesigur şi nepotrivit pentru traiul nostru. Poluarea aerului este considerată un ucigaş tăcut, mai ales al celor care trăiesc în oraşe mari. Aceşti oameni sunt nu doar mult mai predispuşi la cancer pulmonar, dar în plus, în fiecare an, peste 7 000 000 de oameni

mor din cauza calităţii aerului. Schimbarea temperaturii medii ale unei întregi planete, chiar dacă este vorba doar de câteva grade, este foarte importantă. Din cauza creşterii cantităţii de CO_2 şi a arderii combustibililor fosili, în prezent temperatura este cu 1,2 grade Celsius mai mare decât era în perioada pre-industrială. Dacă temperatura va creşte cu 2 grade Celsius, poluarea aerului va cauza încă 153 de milioane de morţi, pentru că schimbările temperaturii modifică dinamica mişcării aerului. Aerul cald se ridică în atmosferă pentru că este mai puţin dens şi pluteşte mai uşor decât aerul rece de deasupra lui. Acest efect asfixiant absoarbe poluanţii şi le creşte concentraţia. Căldura şi lumina soarelui coc aerul împreună cu toţi compuşii chimici din el şi rezultă un smog groaznic de respirat, mai ales pentru cei mai vulnerabili, cum sunt copiii şi oamenii în vârstă. Dacă vom continua la fel, schimbarea climatică aproape că va şterge cei 50 de ani de progres pe care l-am făcut în sănătatea publică. Poluarea aerului este dăunătoare şi pentru recolte, animale şi ape, deoarece contribuie la distrugerea stratului de ozon care
protejează Pământul de razele UV. în zonele cu un grad ridicat de poluare a aerului, agricultorii au observat o reducere severă a productivităţii recoltei şi scăderea nutrienţilor, ceea ce nu este bine deloc – avem nevoie de mai multă mâncare pentru a hrăni populaţia în creştere.

Despăduririle masive făcute de oameni prin ardere, ca să câştige locuri pentru creşterea animalelor este alarmantă şi contribuie cu 15% la creşterea emisiilor de gaze de seră. Plantele joacă un rol important în vieţile noastre şi în viaţa planetei – de fapt, avem nevoie de ele

ca să supravieţuim aşa că este important să împiedicăm exploatările forestiere ilegale şi reducerea vegetaţiei, de exemplu în Amazon. Şi oceanele noastre sunt în pericol din cauza plasticului care a ajuns în apele lor, a scurgerilor de petrol şi alţi poluanţi, iar rezervele de apă potabilă sunt de asemenea ameninţate. Mai mult de jumătate dintre corali au murit din cauza schimbării climei – mai exact ca rezultat al înălbirii coralilor. Când coralii sunt expuşi unor factori de stres, cum ar fi creşterea temperaturii apei sau calitatea slabă a apei, elimină o algă foto sintetică, ceea ce face să le dispară culoarea caracteristică. în cazul în care condiţiile de stres se menţin, coralul moare, iar dacă lucrurile revin la normal, o parte dintre corali pot reabsorbi substanţele necesare şi îşi revin. Recuperarea este posibilă în anumite condiţii de mediu, aşa că încă mai există o speranţă.[12]

Unele zone ale lumii suferă din cauza reducerii calităţii apei şi trec chiar printr-o criză a apei. Diminuarea calităţii apei potabile duce la creşterea consumului de apă îmbuteliată, dar în zonele cu mai puţine resurse, apa îmbuteliată nu este o opţiune. Asta înseamnă deshidratare, boală şi chiar moarte.

Definiţiile evoluează şi informaţiile se schimbă, iar sub umbrela schimbării climatice au intrat mulţi alţi termeni, dar principalele probleme au rămas aceleaşi ca acum 40 de ani. Este neplăcut să te gândeşti câte ocazii au fost ratate şi cât de mult s-a agravat problema din această cauză. Am ajuns să vorbim despre schimbare climatică provocată de încălzirea globală, ceea ce este mult mai greu de rezolvat decât să încerci să repari

stratul de ozon, cum se discuta atunci când a fost semnat Protocolul de la Montreal. Dar asta este situaţia şi trebuie să acţionăm.

Scurt istoric al negocierilor climatice

începând din 1988, o serie de evenimente-cheie au avut loc datorită eforturilor depuse de Organizaţia Naţiunilor Unite (ONU) şi de mai multe ţări pentru a stopa schimbările climatice, evenimente care au dus la cel mai important acord din timpurile noastre: Acordul de la Paris. De atunci, peste 190 de ţări, oameni de ştiinţă, organizaţii non-guvernamentale (ONG), activişti de mediu şi câţiva cetăţeni mai implicaţi au construit circumstanţele necesare şi acordurile finale pentru noi toţi... bla, bla, bla – probabil te gândeşti: „Cum sunt relevante aceste acorduri pentru propria mea schimbare şi de ce vorbim atâta despre ONU?” Originea modului în care noi, ca societate, trebuie să ne schimbăm este reprezentată de o organizaţie uriaşă, precum ONU, care coordonează nu doar guvernele unor ţări, ci şi ONG-uri, inclusiv societatea civilă, cu obiectivul de a urmări cu toţii aceleaşi scopuri comune, ca să avem în final un nivel mai bun de viaţă şi o planetă mai sănătoasă. Asta înseamnă că, dacă ştim despre aceste obiective, ca indivizi, ne putem implica în mişcare.

Summitul pentru Pământ din Rio de Janeiro, din 1992, a fost primul summit care a avut cu adevărat ca

ţintă dezvoltarea sprijinului socio-economic şi prevenirea deteriorării mediului. Şi a creat o bază pentru un parteneriat global între ţările industriale şi cele neindustrializate. De atunci au urmat o serie de negocieri anuale.

1992, Rio de Janeiro, Brazilia. Lideri din toată lumea s-au adunat la primul *Summit pentru Pământ* şi au semnat Convenţia Organizaţiei Naţiunilor Unite asupra Schimbărilor Climatice – primul tratat internaţional care urmărea să limiteze emiterea de gaze de seră; cu toate astea, adeziunile nu aveau o bază de constrângere legală, aşa că rezultatul n-a fost mai mult decât o discuţie prietenească între ţări.

în 1995, a fost organizată **Conferinţa Părţilor interesate (COP).** Prima conferinţă (COP1) a avut loc la Berlin, în Germania. în cadrul ei s-au formulat anumite îngrijorări cu privire la posibilităţile ţărilor de a-şi duce la îndeplinire angajamentele şi s-a subliniat că fiecare membru al Convenţiei Organizaţiei Naţiunilor Unite asupra Schimbărilor Climatice trebuie să se ocupe de partea sa de responsabilităţi, să ia deciziile necesare şi să le implementeze. De atunci, au fost luate mai multe măsuri şi au avut loc mai multe summituri COP, la care au fost trecute în revistă în fiecare an informaţii şi date despre emisiile de poluanţi în atmosferă, de la fiecare dintre ţările care fac parte din Convenţie.

1997, Kyoto, Japonia. Protocolul de la Kyoto a fost adoptat şi a fixat limite de emisii poluante pentru ţările dezvoltate. Statele Unite nu s-au alăturat acestui

protocol, întrucât au considerat că le-ar afecta economia, care deja începea să intre pe o pantă descendentă la acel moment, se confruntau cu o criză a energiei şi nu-şi puteau imagina un viitor predictibil fără combustibili fosili. Un alt motiv: Statele Unite au acuzat că Protocolul nu ar fi corect, deoarece ţări în curs de dezvoltare precum China, India şi Mexic nu suportau limitări şi aveau voie să-şi crească cota de emisii dacă ar fi dorit.[13] Deşi Protocolul de la Kyoto a suferit o lovitură puternică din partea marilor puteri mondiale, a creat totuşi un precedent pentru viitoare negocieri pe probleme de climă mai echitabile pentru *toate* ţările care trebuie să-şi reducă emisiile.

2009, Copenhaga, Danemarca. Aici a avut loc prima încercare de a realiza un tratat global referitor la emisii care să-l înlocuiască pe cel de la Kyoto, ce urma să expire în 2012. Negocierile au fost împărţite între disputele dintre ţările bogate şi cele sărace, între discuţiile despre cine ce ar trebui să facă, dar s-au încheiat cu un acord voluntar care invita ţările să prezinte obiective necoercitive de reducere a emisiilor de gaze de seră, pentru 2020. Sincer vorbind, întâlnirea de la Copenhaga a fost un eşec.

2011, Durban, Africa de Sud. Discuţiile ONU despre climă au produs o mare deschidere, astfel încât ţările au acceptat să adopte un acord universal referitor la schimbările climatice pentru 2015, un acord care avea să intre în vigoare cinci ani mai târziu şi să li se aplice tuturor.[14]

Notă: Trebuie să menţionăm că o consecinţă complicată a multora dintre acordurile ONU este că s-au creat goluri între semnarea documentelor şi ratificarea şi implementarea lor propriu-zisă. Deseori, de la momentul conferinţei până la momentul în care ţara începe să aplice hotărârile pot trece ani de zile.

2015/2016, Paris, Franţa. Peste 190 de reprezentanţi ai guvernelor s-au intâlnit ca să încheie un acord prin care se urmărea menţinerea creşterii temperaturii globale medii sub 2 grade Celsius şi scăderea nivelului gazelor de seră o dată pentru totdeauna.

Anul 2015

Până acum, cel mai important an pentru discuţiile despre climă a fost 2015, datorită Acordului de la Paris şi a introducerii Agendei Dezvoltării Durabile de către ONU.

Acordul de la Paris

Un acord de mediu de referinţă, care a fost adoptat de aproape 200 de ţări în 2015, Acordul de la Paris se referă la schimbarea climatică şi impactul său negativ. Scopul Acordului este să se reducă substanţial, la nivel global, emisiile de gaze de seră, în încercarea de a stopa creşterea temperaturii globale, pe parcursul acestui

secol, la doar 2 grade Celsius faţă de nivelul epocii pre-industriale, în timp ce se caută modalităţi de a limita creşterea la 1,5 grade Celsius.

Acordul include un angajament voluntar din partea tuturor ţărilor care au emisii mari să-şi reducă nivelul de poluare ce afectează clima şi să consolideze, în timp, acest angajament. Pactul oferă modele prin care ţările dezvoltate pot asista ţările în curs de dezvoltare în efortul lor de a acţiona pentru protejarea climei şi a se adapta. De asemenea, creează un cadru pentru monitorizare transparentă, raportare şi direcţionare către atingerea scopurilor individuale şi colective ale ţărilor, cu privire la climă.[15] Spre deosebire de alte acorduri care nu stăteau prea bine la capitolul obiective şi participare selectivă, Acordul de la Paris este detaliat, pragmatic şi mult mai corect pentru toate părţile implicate şi îl putem considera acum un acord climatic universal definitiv. Scopurile lui sunt:

- Să limiteze creşterea temperaturii globale la maximum 2 grade Celsius prin reducerea emisiilor de gaze de seră. Dincolo de 2 grade Celsius riscăm creşteri dramatice ale nivelului mării, schimbări în modelele de climă, crize ale apei şi mâncării, şi, una peste alta, o lume mult mai ostilă.
- Să asigure un cadru pentru transparenţă, responsabilitate şi reuşita mai multor obiective îndrăzneţe. Acordul este acum voluntar, aşa că nu le impune exact ţărilor ce să facă şi nici nu există penalizări clare pentru încălcarea lui.
- Să încurajeze ţările mai bogate să le ajute pe cele mai sărace cu ajutoare de până la 100 de miliarde

de dolari pe an, pentru activităţi ce previn schimbările climatice.

Situaţia din anul 2020

Cinci ani mai târziu – oare cum au reuşit ţările participante, inclusiv Regatul Unit, să respecte acordul? Din păcate, mulţi dintre marii producători de gaze de seră nu sunt pe calea cea bună către îndeplinirea obiectivelor pe care şi le-au propus. Mai mult, chiar dacă fiecare ţară ar fi reuşit să-şi atingă ţinta, planeta tot ar fi pe cale să depăşească pragul de încălzire excesivă de peste 2 grade Celsius. Ultimii patru ani au fost cei mai călduroşi de până acum, iar noi credeam că, dacă în acest secol menţinem nivelul încălzirii globale sub 2 grade Celsius, schimbările vor fi rezonabile şi le vom putea face faţă. Nu mai este cazul. Ultimele studii arată că din momentul în care depăşim 1,5 grade Celsius, posibilitatea de a trăi pe această planetă devine o loterie[16], lucrurile o iau rău razna şi ne îndreptăm către un nivel de încălzire de 3 grade Celsius. Ca să atingă obiectivele de la Paris, ţările trebuie să accelereze serios trecerea către energie verde în următorii 12 ani, dar în fiecare an emisiile sunt în creştere, aşa că, ce să ne mai ascundem după deget, am deviat foarte mult de la drumul cel bun.

Să ne panicăm? Păi, da. Dar nu complet. Realitatea crudă este că promisiunile nu mai sunt suficiente ca să ne salvăm planeta. Oamenii trebuie să vadă acţiuni concrete şi implementarea acestor promisiuni, şi numai când vom şti care sunt aceste promisiuni vom putea

trage la răspundere guvernele pentru schimbările climatice. Dacă oamenii care s-au pus de acord în timpul negocierilor de la Paris nu se pot mobiliza să-şi îndeplinească propriile obiective, renunţând la exploatările de cărbune în favoarea energiei regenerabile sau îmbunătăţind metodele de transport, este necesar ca fiecare dintre noi să înceapă să-şi forţeze guvernul şi să facă tot posibilul ca în final să fie respectat acordul. Ar trebui doar ca fiecare dintre noi să conştientizeze câtă energie consumă şi să folosească alternative mai puţin consumatoare de carbon.

Agenda Dezvoltării Durabile

în 2015, toate ţările membre ONU au adoptat Agenda Dezvoltării Durabile pentru 2030. La bază, agenda cuprinde 17 Obiective de Dezvoltare Durabilă (ODD), care cer acţiune fără întârziere din partea tuturor ţărilor, atât dezvoltate cât şi în curs de dezvoltare, într-un parteneriat global de pace pentru oameni şi planetă. Obiectivele acceptă că eradicarea sărăciei trebuie să meargă mână în mână cu strategiile care îmbunătăţesc sănătatea şi educaţia, să reducă inegalitatea de şanse şi să stimuleze creşterea economică, totul în timp ce gestionează problema schimbării climatice şi lucrează la conservarea oceanelor şi pădurilor. Este un angajament de a eradica sărăcia şi a obţine dezvoltare durabilă până în 2030, în toată lumea, asigurându- ne că nimeni nu rămâne în urmă. Adoptarea acestei agende a fost o realizare de referinţă, care a oferit o viziune globală

către dezvoltare pentru toţi, împărţită în cele 17 Obiective de Dezvoltare Durabilă şi 169 de sarcini.

Iată cele 17 Obiective de Dezvoltare Durabilă (ODD) care ne vor schimba lumea:

1. Fără sărăcie
2. „Zero” foamete
3. Stare bună de sănătate
4. Educaţie de calitate
5. Egalitate de gen
6. Apă curată şi servicii sanitare
7. Energie verde accesibilă
8. Locuri de muncă decente şi creştere economică
9. Industrie, inovaţie, infrastructură
10. Reducerea inegalităţilor de şanse
11. Oraşe şi comunităţi dezvoltate durabil*
12. Consum şi producţie responsabile*
13. Acţiune climatică*
14. Viaţă subacvatică*
15. Viaţă terestră*
16. Pace, justiţie şi instituţii puternice
17. Parteneriate pentru atingerea obiectivelor

* Obiectivele de la 11 la 15 sunt direct legate de climă.

Cele 17 obiective se bazează pe o planetă sănătoasă

Rareori se întâmplă să vezi un acord unilateral pentru majoritatea ţărilor, pentru un singur subiect, dar prin Acordul de la Paris şi Agenda pentru

Dezvoltare Durabilă, şefii de state din toată lumea au fost de acord în unanimitate că schimbarea climatică generată de oameni este o ameninţare atât de mare la adresa omenirii, încât cu toţii trebuie să fim parte din soluţie.

Durează ani de zile să negociezi astfel de acorduri. Pentru ca lucrurile propuse de Agenda 2030 să devină realitate, sensul larg al ODD-urilor trebuie înţeles ca un angajament puternic al fiecărei părţi implicate de a-şi îndeplini obiectivele.[17] Pentru prima dată în istorie, subiectul schimbării climatice a ocupat un loc fruntaş pe agenda celor care fixează obiectivele şi, ca rezultat, mai mult de o treime din cele 17 obiective este orientat către climă. Gândind în perspectivă, nu este deloc deplasat să spunem că, fără o planetă sănătoasă, niciunul dintre celelalte obiective nu va putea fi atins.

Obiectivele pe înţelesul tuturor

Una dintre cele mai mari frustrări generate de protocoalele anterioare ONU a fost limbajul legal, tehnic şi formal folosit în aceste acorduri, deloc simplu de înţeles de către un om oarecare. Cum pot statele şi instituţiile globale să spună că lucrează în folosul „tuturor”, când nu includ oamenii simpli şi tinerii în fazele de negociere şi implementare? Agenda Dezvoltării Durabile a făcut o treabă extraordinară încercând să schimbe lucrurile, prin evenimente care fac referire la obiective, organizate de Naţiunile Unite şi diverse ţări; chiar şi mediul de afaceri – inclusiv marile corporaţii – folosesc Agenda şi obiectivele ca să-şi structureze

direcţia. Mai sunt organizate conferinţe şi discuţii, campanii în reţelele sociale, iar multe celebrităţi se implică şi încearcă să popularizeze informaţiile despre Agendă şi Obiectivele sale. Ca rezultat, zi de zi, mai multe state, corporaţii şi indivizi îşi asumă angajamente, obligându-se la noi structuri financiare pentru prevenirea schimbării climei şi dezvoltare durabilă.

Cu toatea astea, nu suficienţi oameni au aflat ce presupune Acordul de la Paris sau care sunt cele 17 Obiective de Dezvoltare Durabilă. ONU este unul dintre cei mai puternici aliaţi pe care îi avem în lupta cu schimbarea climatică şi odată ce avem acest cadru durabil, trebuie să-l transmitem familiei şi prietenilor, pe cât posibil. în linii mari, Agenda Dezvoltării Durabile susţine că trebuie să răspundem nevoilor prezentului fără să compromitem posibilitatea ca generaţiile viitoare să-şi poată satisface propriile nevoi, iar dacă toate acestea vor cuprinde societatea, mediul, cultura şi economia, viitorul sună bine. Singura cale să facem acest lucru este să devenim conştienţi de modelele noastre de consum şi să le modificăm. Am putea discuta în continuare diverse scenarii referitoare la mai mulţi oameni şi la planetă, dar asta ar contrazice scopul de bază al cărţii mele. Combinând stringenţa cu schimbarea, noi, oamenii, avem şansa şi responsabilitatea de a juca un rol în salvarea planetei, de a face diferenţa şi a ne păstra optimismul. Am ajuns în sfârşit într-o perioadă în care avem îndrumări clare referitoare la ce să facem şi cum să alegem calea cea bună. Toate ne aşteaptă, de la construirea unor „afaceri cu un scop” (adică afaceri de pe urma cărora beneficiază de profit

atât acţionarii, cât şi consumatorii), până la principii durabile incluse în politicile guvernamentale şi în propriile noastre vieţi. Nu lăsa lipsa de cunoaştere sau de speranţă să-ţi umbrească potenţialul. Suntem oarecum conştienţi de momentul în care alegem să ingorăm faptele şi să fugim de necunoscut, dar este timpul să începem o revoluţie morală.

CUM POATE SCHIMBAREA CLIMATICĂ SĂ DISTRUGĂ O COMUNITATE

Recunoaşterea interconectivităţii Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă este imperativă, lată o poveste care îţi explică de ce: în 2017, unul dintre primele mele proiecte în domeniul climei s-a desfăşurat într-un sătuc numit Anse du Clerc, în cel mai vestic punct din Haiti, în Caraibe. Cu o populaţie mai mică de 10 000 de săteni, această comunitate se află departe de drumul principal, la ore de mers faţă de orice magazin sau punct sanitar. Cei mai mulţi oameni trăiesc în cocioabe, locuinţe improvizate din beton şi pânză. Zeci de ani comunitatea a crescut şi s-a dezvoltat de pe urma industriei pescuitului, care îi asigura atât mâncarea, cât şi veniturile.

Lucrurile s-au schimbat dramatic după cutremurul devastator din 2010, care a distrus zone uriaşe din Haiti, inclusiv acest sat, iar creşterea temperaturii mării, poluarea cu plastic şi pescuitul excesiv ilegal au adus comunitatea la disperare. Mai multe furtuni puternice lovesc frecvent comunitatea lor, afectând rezervele de apă dulce, astfel că se află într-o continuă luptă cu singura lor resursă: oceanul.

Amprenta de carbon a satului Anse du Clerc este mică, pentru că cei mai multi oameni nu au acces constant la electrici- tate, iar acesta este doar un exemplu despre cum tocmai o comunitate care participă puţin la schimbarea climatică este deosebit de vulnerabilă în faţa fenomenului. în

prezent, oamenii din Anse du Clerc pescuiesc doar ca să supravieţuiască. Pescarii nu mai pot pescui în apele puţin adânci din jurul insulei, deoarece cantitatea de peşte a scăzut dramatic. Ei trebuie să navigheze până la 10 ore pe mare, în bărci mici şi şubrede din lemn, ceea ce este periculos din cauza modelului de climă imprevizibil (coasta insulei Haiti este în mod special vulnerabilă în faţa uraganelor). Când se întorc, adesea au peşte doar cât să se hrănească. Fără să aibă peşte pe care să-l poată vinde la piaţă, nu au venituri şi asta generează creşterea nivelului de sărăcie al comunităţii. Fără venituri, nivelul de sănătate şi bunăstare al membrilor comunităţii este vulnerabil, iar deseori copiii nu sunt trimişi la şcoală, pentru că pur şi simplu părinţii lor nu îşi permit să o facă. Dacă unii dintre ei sunt totuşi aleşi să facă şcoală, de obicei aceia sunt băieţii, nu fetele, ceea ce creşte inegalitatea de gen şi reduce accesul la educaţie de calitate.

Dacă mediul înconjurător va triumfa, atunci viaţa va merge mai departe pentru comunităţile vulnerabile din toată lumea. Mai este timp să acţionăm şi să ne adaptăm folosind obiectivele de dezvoltare durabilă drept cadru, dar schimbarea climatică este o problemă a viitorului la care trebuie să ne gândim şi pentru care trebuie acum să facem un plan.

Este important să cunoaştem contextul din Haiti: din punct de vedere istoric, insula a fost întemeiată pe sclavie, apoi a urmat un război de eliberare violent, ceea ce au făcut-o să devină o ţară incredibil de săracă. Nici până în prezent unele oraşe din Haiti nu au o sursă constantă de electricitate – pentru mulţi locuitori, lemnul rămâne cea mai importantă sursă de energie şi acesta este unul dintre motivele pentru care pădurile insulei au dispărut, în mare parte. Fără vegetaţie, solul se erodează, iar pământul expus permite ploilor intense să îndepărteze pătura de vegetaţie, ceea ce îngreunează creşterea culturilor de plante.[18] Când schimbarea climatică va lovi Haiti, insula va fi afectată puternic. Şi, cu toate că exemplul dat (din Anse du Clerc) a avut loc, probabil, departe de tine,

aceasta este numai una dintre multele poveşti similare, trăite la nivel mondial. Mai aproape de casa ta există multe comunităţi al căror viitor depinde de stabilitatea climei. Deschide ochii şi priveşte în jurul tău.

„Schimbarea climei este singura ameninţare majoră care îi pune pe oamenii din Caraibe într-o poziţie vulnerabilă şi a provocat, numai în ultimii 20 de ani, pierderi de peste 100 de miliarde de dolari. Impactul asupra oamenilor este şi mai distrugător când aceştia pierd totul în numai câteva secunde, în timpul furtunilor puternice. Aceste modele de climă nenaturale şi frecvente din Caraibe sunt un semnal de alarmă referitor la felul în care schimbarea climatică multiplică forţa dezastrelor naturale. Aceste dezastre afectează în mod disproporţionat oamenii săraci, care trăiesc în zone cu infrastructură slabă şi au posibilităţi limitate de a face faţă impactului. înaintea Agendei pentru Dezvoltare Durabilă, nimic altceva nu a mai adus atăta speranţă umanităţii şi trebuie să ne străduim să implementăm toate cele 17 Obiective până în 2030, ca să le asigurăm generaţiilor viitoare un viitor echitabil şi prosper.”

Laurent Lamothe, ex Prim-ministru al Haiti şi antreprenor social vizionar

Ştire de interes... plastic

„Numai noi, oamenii, producem gunoaie pe care natura nu le poate descompune.”

Charles Moore, cercetător marin

Plasticul este ieftin şi uşor de folosit şi, datorită lui, au fost salvate nenumărate vieţi – în sectorul medical, al conservării hranei iar dezvoltarea surselor de energie verde – de la centrale eoliene la panouri solare – a fost foarte mult simplificată. Acest capitol nu sugerează în niciun caz că noi, oamenii, trebuie să renunţăm la plastic, ci doar că trebuie să facem lucrurile diferit.

Scurtă istorie a sacoşei de plastic

Au trecut 54 de ani de când a fost creată sacoşa de plastic, iar acum este unul dintre cele mai des întâlnite obiecte în oceanele şi pe plajele noastre, la nivel global. Iată o scurtă istorie:

1933, polietilena Cel mai des folosit plastic a fost creat din întâmplare la o uzină chimică din Northwich, în Anglia.

Compoziţia chimică mai fusese creată înainte în serii mici şi a fost iniţial folosită de armata britanică în timpul celui de-al Doilea Război Mondial.

1965 Inginerul suedez Sten Gustaf Thulin a creat pentru compania Celloplast designul pentru o sacoşă de cumpărături din polietilenă şi foarte rapid aceasta a ajuns să le înlocuiască, în Europa, pe cele din material textil Compania a obţinut brevet de invenţie în Statele Unite pentru ideea care a fost mai târziu numită „sacoşa-tricou de plastic”, iar modelul său, în esenţă, este folosit pentru fiecare sacoşă de plastic pe care ai primit-o vreodată într-un supermarket.

1979 Controlând deja 80% din piaţa sacoşelor în Europa, sacoşa de plastic a fost trimisă peste hotare şi a devenit rapid populară în Statele Unite. Companiile de materiale plastice au început să-şi prezinte agresiv produsele ca fiind de departe mai bune decât sacoşele din hârtie sau cele reutilizabile.

1982 Cel mai mare lanţ de supermarketuri din Statele Unite a trecut la sacoşe de plastic, iar până la sfârşitul deceniului, sacoşele de plastic înlocuiseră aproape complet hârtia, în toată lumea.

Anii 1990 Sacoşele de plastic au devenit un produs universal, fabricat anual într-un miliard de exemplare. Acestea au început să fie găsite în apropierea calotelor glaciare, în cele mai adânci gropi din oceane şi au început să blocheze cursurile de apă în comunităţile din toată lumea. Numeroase specii marine confundă pungile

de plastic care plutesc în ocean cu mâncarea.

2002 Bangladesh este prima ţară din lume care a interzis pungile de plastic, după ce s-a descoperit că jucau un rol-cheie în înfundarea sistemelor de scurgere, în perioadele cu inundaţii puternice. Alte ţări i-au urmat exemplul. Africa a luat serios atitudine în mai mult de 15 ţări, cum ar fi Kenya şi Uganda, interzicând complet sau taxând serios folosirea pungilor de plastic.

2015 Numărul de sacoşe de plastic de unică folosinţă a crescut la 7,6 miliarde. în Regatul Unit, în 2014, guvernul, susţinut de grupurile de mediu, a impus o taxă de 5 pence per sacoşă. în numai 1 an, studiile au arătat că au fost vândute 1,1 miliarde de pungi de unică folosinţă – o scădere masivă faţă de totalul anului anterior.[1] Studiul nu a inclus sacoşele mai rezistente, care au fost cumpărate în locul celor de unică folosinţă, pentru că supermarketurilor li s-a cerut să ofere date, în general, numai despre cele de unică folosinţă (deşi unele oferă date despre ambele tipuri). în 2019, magazinele au vândut aproape 958 de milioane de „sacoşe rezistente” în numai 1 an, iar consumul mediu al unei familii tipice din Regatul Unit a fost de 44 de pungi rezistente în acel an. Fiecare dintre aceste „pungi rezistente” poate cântări cam de patru ori mai mult decât o pungă de unică folosinţă, este considerabil mai groasă şi mai puţin biodegradabilă. Dacă încercăm să înlocuim pungile de unică folosinţă cu cele „rezistente”, dovezile pentru o scădere dramatică a vânzărilor de sacoşe de plastic în general nu sunt un argument chiar atât de convingător pe cât am putea crede.

2020 în jur de un trilion de sacoşe de unică folosinţă sunt folosite anual în lume. Asta înseamnă aproape 2 milioane pe minut, un număr care tot este mult prea mare. Sacoşele moderne de cumpărături sunt mult mai uşor de reciclat sau sunt biodegra- dabile, din plastic obţinut din materiale vegetale, care se pot descompune organic şi previn acumularea de chimicale toxice în gropile de gunoi. Dacă nu iei cu tine o sacoşă reutilizabilă când mergi la cumpărături, alege una biodegradabilă sau din hârtie.

Plasticul şi discuţiile despre climă

Oricât de mult am încerca să-l evităm, plasticul este pentru mulţi dintre noi parte din viaţa zilnică.

Discuţiile în contradictoriu despre plastic se poartă peste tot, dar trebuie să spunem un lucru: plasticul nu este singurul motiv al mişcării de mediu şi, de fapt, apare rar în discuţiile referitoare la climă. Organizaţiile au făcut o categorie specială pentru poluarea cu plastic, dar acesta se află în miezul problemei schimbării climatice deoarece este un produs derivat din combustibilii fosili: acele gaze de seră care ne încălzesc planeta şi distrug tot.

începând cu anii 1950, producţia de plastic a depăşit-o pe cea a oricărui alt material. Mare parte din plasticul pe care îl producem este gândit să fie de unică folosinţă, mai ales pentru împachetare, şi se presupune că va fi aruncat după ce va fi folosit doar o singură dată. Există multe tipuri de material plastic – polietilenă, PVC sau acrilic, ca să menţionăm câteva dintre cele mai populare – şi toate au proprietăţi incredibil de folositoare şi sunt

rezistente.

Suntem o cultură care tratează plasticul ca pe un material ce poate fi aruncat, nu ca pe o resursă de valorificat. De asemenea, trăim o perioadă în care poţi să-ţi cumperi de la magazin o singură banană ambalată pe o placă de polistiren înfăşurată în plastic. Da, este o nebunie totală să ambalezi fructe şi legume în plastic de unică folosinţă. De fapt, există multe alte produse care nu este necesar să fie ambalate în plastic şi din acest motiv raportările despre plastic sunt atât de deformate, încât este greu să obţii o imagine de ansamblu. Oceanele şi cursurile de apă sunt sufocate. Insule de plastic înfloresc peste tot. Viaţa marină şi păsările de mare mor în număr extrem de mare. în oraşe, plasticul înfundă scurgerile, provocând inundaţii şi favorizând apariţia bolilor. De asemenea, au fost găsite sute de specii de animale care aveau căile respiratorii sau stomacul blocate cu bucăţi de plastic – adesea fiind înghiţit de păsări, broaşte-ţestoase şi delfini care îl confundă cu hrana. în final, plasticul ajunge în propria noastră hrană. Ne facem rău singuri prin epidemia aceasta de plastic.

Date concrete despre plastic

- Trei sute treizeci de milioane de tone de plastic sunt produse în fiecare an.
- Peste 12 tone de plastic ajung în oceane în fiecare an.
- în fiecare minut, un camion plin cu gunoaie din

plastic este descărcat în ocean.

- în Statele Unite şi Regatul Unit, se aruncă peste 550 de milioane de paie de unică folosinţă pe zi.
- 80% din plasticul din oceane provine de pe uscat.
- Până în 2050, greutatea plasticului din oceane s-ar putea să o depăşească pe cea a peştilor.
- O sticlă de plastic are nevoie de peste 450 de ani ca să se descompună în ocean.
- 90% dintre păsările de mare au, probabil, plastic în stomac.
- în jur de 500 de miliarde de sticle de plastic sunt vândute în fiecare an, iar numărul lor creşte – echivalentul este de aproape 20 000 de sticle pe secundă.[2]
- în Statele Unite sunt folosite 1 500 de sticle de plastic pe secundă.
- Japonia este a doua ţară din lume (după SUA) în ceea ce priveşte consumul de ambalaje de plastic per individ. Conform *Statista,* Japonia produce mai mult plastic per individ decât China şi restul ţărilor din Asia la un loc.[3]

> >

- în 2017, Coca-Cola a produs trei milioane de tone de ambalaje de plastic, ceea ce echivalează cu circa 200 000 de sticle pe minut.[4]

CEL MAI POLUAT CURS DE APĂ DIN LUME

Nu se poate exprima în cuvinte şi nici contextualiza cât de rău

arată unele locuri devastate de pe această planetă. Distrugerea este pur şi simplu greu de cuprins cu ochiul liber, iar unul dintre aceste locuri este fluviul Citarum din Indonezia, cunoscut şi drept cel mai poluat curs de apă din lume. în fiecare zi, nu mai puţin de 20 000 de tone de deşeuri şi 340 000 de tone de ape reziduale, în mare parte provenite din 2 000 de fabrici de materiale textile, sunt aruncate direct în apele odinioară limpezi şi curate alefluviului Citarum. Nu este de mirare că peştii aproape au dispărut din el.

Ca să înţelegi cât de murdar este acesta, în unele locuri luciul apei nici nu se vede cu ochiul liber, pentru că este acoperit de un morman incredibil de gunoaie, majoritatea din plastic. Unde se zăreşte puţină apă, culoarea este întunecată şi opacă, din cauza volumului excesiv de substanţe toxice aruncate în fluviu de fabricile din apropiere.

Alte surse de poluare sunt sătucele aliniate de-a lungul râului Citarum, care nu au serviciu public de salubrizare sau gropi de gunoi, ceea ce îi pune pe locuitori în situaţia de a alege între a-şi arde resturile şi fecalele sau a le arunca în râu. în final,

foarte multe bucăţi de plastic provin din gunoaiele din Europa şi SUA; acestea sunt aduse în Indonezia pentru a fi reciclate (vezi *Deşeurile din plastic şi ţările sărace).*

Fluviul Citarum este un sprijin pentru mulţi oameni din Indonezia. Este sursa de apă”curată” pentru mai mult de 25 de milioane de oameni, care o folosesc pentru băut sau agricultură. N-ar fi o surpriză să afli că Citarum n-a întrunit niciodată standardele de calitate ale apei impuse de guvernul indonezian. Mulţimea de oameni care depind de apa îngrozitor de poluată suferă în prezent de infecţii şi boli de piele.[5]

Aceasta nu este doar o problemă specifică malurilor fluviului Citarum, iar plasticul care poluează apele nu se opreşte doar aici: pluteşte mai departe, în ocean. Dacă nu încetăm să ne poluăm sursele de apă, estimările spun că până în 2050 în oceane va exista mai mult plastic decât peşte.

Plastic 101

Ai stat vreodată să te gândeşti de unde vine de fapt plasticul, un material pe care îl ţii în mâini, din care bei, mănânci şi pe care îl foloseşti în multe alte momente intime?

După cum am spus mai devreme în acest capitol, plasticul este obţinut din combustibili fosili. Da, combustibili fosili. Care este una dintre cele mai mari provocări în încercarea de a ne proteja planeta de plastic? Companiile petrochimice, desigur.

O să fiu un pic plicticoasă acum, dar să încerci să simplifici procesul de producţie a plasticului este complicat, aşa că din această mică explicaţie vor lipsi sute de detalii – dar reţine ce poţi din cele 101 lucruri de bază. (Pentru cei cu adevărat interesaţi de compoziţia chimică a plasticului, pe Google există

literalmente mii de ore de materiale online despre producerea plasticului – faceţi-vă de cap.)

Plasticul este obţinut din petrol (ţiţei). Petrolul brut este un amestec complex de mii de compuşi chimici şi este intens procesat înainte de a fi folosit. Viaţa plasticului începe cu distilarea petrolului brut într-o rafinărie, ceea ce duce la separarea lui în diferite componente. Fiecare dintre ele este un amestec de hidrocarburi (carbon şi hidrogen), diferite ca mărime şi structură. Particula necesară pentru producerea plasticului se numeşte benzină grea.[6] Polimerizarea şi policondensarea în prezenţa unor catalizatori specifici sunt cele două mari procese folosite la producerea plasticului. Ceea ce face ca să fie atât de versatil este faptul că el nu este un singur material, ci un grup de materiale – iar ele se regăsesc în atât de multe feluri în vieţile noastre.

Marile afaceri contează mai mult decât poluarea

în discuţii, campanii de conştientizare şi forumuri politice la nivel înalt, rareori auzim vorbindu-se despre companiile petrochimice. Producătorii de plastic presupun că cererea pentru produse de plastic de unică folosinţă va continua să crească, în ciuda faptului că la nivel global devenim din ce în ce mai con- ştienţi de pericolul poluării cu acest material, iar atitudinea oamenilor se schimbă. Investiţiile în această industrie reflectă presupunerea că rezervele de hidrocarburi ieftine vor fi folosite şi în deceniile următoare.

Companiile pompează miliarde de dolari în infrastructuri de ultimă oră, care produc materialele de bază pentru producţia de plastic. Aceste corporaţii puternice, de miliarde de dolari, au tot interesul să menţină producţia de plastic în viaţă, fără să-i intereseze ce se întâmplă cu oamenii sau cu planeta. Asta face ca lupta împotriva poluării cu plastic de unică folosinţă să fie mai riguroasă şi holistică, înţelegând că alegerile potrivite referitoare la energia regenerabilă şi deciziile ecologice ar putea ajuta de asemenea la reducerea producţiei şi poluării cu plastic, şi invers.[7]

Consecinţele

Copilul-minune al anilor 1930 era rezistent, flexibil şi ieftin şi a devenit rapid parte din absolut orice. La acel moment, cum se întâmplă cu orice nouă invenţie, consecinţele pe termen lung nu au fost evaluate şi rezultatul este că acum ne confruntam cu o criză a plasticului – de la albiile cursurilor de apă până la partea cea mai profundă a lanţului nostru alimentar. Chiar şi mâncărurile de zi cu zi conţin plastic. Iată câteva exemple:

Sticlele de plastic

în mare parte, apa îmbuteliată este vândută în sticle de plastic de unică folosinţă, care fac să ajungă microplastic şi alte chimicale în apa pe care o conţin.

Ceaiul

în lume, în jur de două miliarde de oameni beau ceai în fiecare dimineaţă. Ca englez, ceaiul este o băutură zilnică de bază, iar ca naţiune bem zilnic, în medie, 165 de milioane de ceşti de ceai.[8]

Aproximativ 96% din pliculeţele de ceai pe care le folosim conţin plastic: polipropilenă. Companiile au început să folosească plastic ca să izoleze pliculeţele de ceai, lucru care La făcut poluant de fiecare dată când aruncăm unul în găleata noastră de gunoi. Desigur, este rău şi pentru sănătatea noastră. La următoarea pauză de ceai, caută plicuri de ceai care nu au plastic în compoziţie sau alege ceai neambalat.

Cafeaua

Până acum, peste 30 de miliarde de capsule de plastic şi aluminiu a fost vândute doar de Nespresso. Lumea a pus nevoia arzătoare de cafea deasupra nevoilor planetei. Dacă foloseşti capsule obişnuite de cafea, alege să foloseşti capsule degradabile, fără plastic, sau pur şi simplu treci pe cafea făcută la presă franţuzească, filtru, espresso tradiţional (care nu produce alt deşeu în afară de zaţ) sau cafea instant, care nu presupune aruncarea unei bucăţi de plastic de fiecare dată când o consumi.

Mâncarea la caserolă

Majoritatea caserolelor sunt pline de BPA chimic, care conţine urme de plastic ce au fost corelate cu apariţia cancerului şi a obezităţii. Fii atent, pentru că această substanţă din plastic este adesea transparentă. Plasticul

interacţionează cu conţinutul caserolei şi este de asemenea o sursă de microplastic. Dacă găseşti şi este posibil, cumpără caserole de sticlă, sau, dacă poţi să faci cumpărături dintr-un magazin care nu produce deşeuri, poţi să-ţi umpli propriul recipient cu bunătăţi.

Sarea de mare

Pe măsură ce mările devin din ce în ce mai poluate, nu este de mirare că sarea de mare este adesea contaminată. Studiile au arătat că 1 kilogram de sare de mare poate conţine peste 600 de microplastice? Alege sare gemă de calitate, care s-a format înainte ca lumea să fie poluată.

Berea

Câteva studii au găsit microplastice în produsele finale. Sursa acestor microplastice este atribuită apei, pentru că se folosise apă de la reţeaua municipală. Citeşte eticheta berii şi bea numai bere făcută cu apă filtrată.

> „Plasticul va fi ingredientul principal al tuturor reţetelor nepoţilor noştri.”
>
> **AnthonyT. Hincks**

Acţiuni împotriva plasticului

Nu vom rezolva criza plasticului peste noapte, deoarece cantitatea de plastic existentă şi produsă în acest moment este copleşitoare. Dependenţa noastră de acest material este pur şi simplu prea mare. La fel ca

schimbarea climatică, problema poluării cu plastic este uriaşă şi dramatică. Singurul mod în care putem începe rezolvarea acestei probleme este să nu mai producem şi să nu mai folosim obiecte de unică folosinţă realizate din plastic la nivelul la care o facem în prezent. Să găsim alternative pentru împachetare şi pentru confortul nostru cultural. Ca să ne schimbăm, avem nevoie adesea de puţină inspiraţie, iar liderii comunităţilor care atacă problema poluării cu plastic sunt pe val, fie că este vorba de coordonarea unei acţiuni de ecologizare a unei plaje sau de organizarea unei discuţii despre problema plasticului în comunitate.

CUM A DEVENIT PENZANCE PRIMUL ORAŞ BRITANIC ÎN CARE NU SE MAI FOLOSEŞTE PLASTIC

Poluarea cu plastic a devenit sinonimă cu mare parte din activităţile desfăşurate în zona de coastă a Regatului Unit: pe plajă, când navighezi, când ieşi să priveşti animalele sălbatice..., orice ai face pe sau lângă mare va fi evident că zona noastră de coastă este contaminată cu plastic – ce devine parte din orice experienţă. Un oraş care a hotărât să acţioneze şi să-şi micşoreze

» > > » » » propria contribuţie la poluarea cu plastic este Penzance, din Cornwall. Acesta a devenit primul oraş din ţară care a primit statutul de”oraşfără plastic”de la organizaţia caritabilă pentru conservarea mediului marin”Surferi împotriva deşeurilor”(SID), după ce primăria a votat susţinerea iniţiativei.

Magazine, cafenele şi alte afaceri locale şi-au redus consumul de obiecte de unică folosinţă din plastic trecând la alternative biodegradabile, iar membrii comunităţii au fost implicaţi în curăţarea plajelor.

După ce au format un comitet anti-plastic, conducătorii oraşului sunt hotărâţi să meargă mai departe, astfel încât presiunea consumatorilor să oblige mai multe afaceri şi chiarfurnizori să-şi schimbe practicile, pentru a reduce cheltuielile care decurg din faptul că nu mai folosesc plastic. Scepticismul nu lipseşte din Penzance, dar conversaţiile din oraş demonstrează că schimbarea nu este un lux, câtă vreme atât perspectiva afaceriştilor asupra problemei, cât şi cea a locuitorilor au schimbat direcţia. De când Penzance a obţinut statutul de oraş fără plastic, peste 330 de comunităţi din Marea Britanie i-au urmat exemplul.

Un activist împotriva plasticului din Kenya a devenit faimos şi a ajuns erou naţional. Ajuns la capătul răbdării din cauza celor ce se întâmplau în oraşul în care trăia şi îngrijorat de soarta generaţiei din care făcea parte fiul său, James Wakibia din Kenya a decis să intre în acţiune. Iată povestea lui:

James Wakibia
Activist împotriva plasticului. Kenya, @jameswakibia

î: Cum ţi-a afectat plasticul oraşul şi comunitatea?

R: Pungile de plastic erau aruncate aproape peste tot: pe fiecare spaţiu, în fiecare colţişor, blocau scurgerile, înfundau ghe- nele, atârnau prin copaci şi pe garduri; erau un pericol pentru societate. în ele se aduna apă când ploua şi deveneau adăpost pentru ţânţarii care provoacă malarie.

î: Care a fost punctul de cotitură şi momentul în care ai decis că trebuie să acţionezi şi să devii o voce pentru mediu?

R: Din păcate, apelurile mele iniţiale, în care ceream închiderea şi relocarea gropii de gunoi a oraşului (care era o privelişte îngrozitoare) au eşuat. Primisem promisiuni de la conducerea districtului că vor acţiona în viitorul apropiat, dar în timp ce stăteam şi aşteptam mi-am dat seama că cea mai mare problemă cu groapa de gunoi nu erau deşeurile în general, ci plasticul, care nu era niciodată reciclat, nu este biodegradabil, este uşor şi prin urmare este foarte simplu să-l ia vântul sau să ajungă în apă, spre deosebire de alte gunoaie, care se descompun şi pot fi reciclate. De atunci, am hotărât să duc campanii pentru interzicerea pungilor de plastic. Asta s-a întâmplat din 2013 până în 2017, când guvernul Kenyei a interzis în sfârşit pungile de plastic.

î: Ce strategii ai folosit ca să creşti nivelul de conştientizare pentru campania ta împotriva plasticului? Care a fost rolul reţelelor sociale în transmiterea mesajului?

R: Practic, am încercat să transmit mesajul meu publicului larg prin toate mijloacele pe care le-am avut la dispoziţie. De la bun început, am scris articole de opinie şi le-am publicat în mass-media, de asemenea am publicat pe bloguri şi pe reţelele sociale. Mai târziu m-am ataşat deTwitter şi Facebook: mai multTwitter, pentru că puteam să urmăresc hashtagurile şi să văd la câţi oameni ajungeam. Mai mult, să devin viral pe Twitter a fost atât de minunat datorită numărului mare de oameni şi de discuţiile care au urmat. într-adevăr, pe reţelele sociale s-a întâmplat ca un oficial al guvernului, Ministrul Mediului, să reacţioneze la hashtagul meu

de succes pe Twitter: #BanPlasticsKe, înainte să-l schimb cu #lsupportBanPlasticsKe. După ce Ministrul Mediului a spus că susţine apelurile la interzicerea pungilor de plastic în Kenya, o nouă lege a fost rapid implementată. Reţelele sociale sunt un instrument atât de puternic de luptă pentru schimbare deoarece nu are limite, este instantaneu şi poate ajunge oricând, la oricine. Reţelele sociale au fost folosite ca să înlăture tirani de la putere – sunt un mijloc de comunicare altfel decât oricare altul. GretaThunberg îl foloseşte ca să lupte împotriva crizei climatice, eu l-am folosit ca să combat poluarea cu plastic în Kenya şi îl voi folosi mereu pentru schimbări în bine.

î: Care sunt cele mai importante obiective ale tale atât pentru oraşul tău, cât şi pentru Kenya, ca întreg în această cruciadă împotriva plasticului?

R: Obiectivul meu este să văd că noi, oamenii, trăim într-o lume sustenabilă, unde tot ce folosim poate fi reciclat uşor sau refolosit, şi că avem un impact minim asupra mediului. Dacă un obiect pe care l-am produs nu poate fi reciclat şi nici nu este biodegradabil, ar trebui să nu-l mai folosim; nu este greu să-ţi dai seama că într-o bună zi obiectul acela ne va sta în cale nouă sau copiilor noştri. Nu mi-aş dori aşa ceva pentru fiul meu, care acum are doi ani. Vreau să trăiască şi să se bucure de natură fără să-şi facă griji că apa pe care o bea ar putea fi contaminată cu plastic sau că peştele pe care îl mănâncă conţine microplastice. Acesta este visul meu pentru el şi toţi ceilalţi copii ca el.

Voi fi fericit să văd că mai multe ţări renunţă la

obiectele de unică folosinţă din plastic în favoarea unor alternative mai bune. Nu există viaţă într-o lume sufocată de deşeuri din plastic; este timpul să deschidem ochii, acum mai mult decât oricând simt că lumea trebuie să se schimbe.

Această planetă este singura noastră casă, trebuie să o protejăm cu grijă – mai puţin plastic este fantastic.

Reciclarea

Principala problemă este că plasticul nu dispare niciodată – doar se rupe. Guvernele şi presa ne-au spus să reciclăm, să reciclăm, să reciclăm, dar hai să demontăm un mit. în celebra frază „redu, refoloseşte, reciclează”, al treilea R poate fi deosebit de amăgitor, întrucât sistemele proceselor de reciclare nu sunt chiar atât de avansate. Abilitatea noastră de a face faţă plasticului este deja depăşită şi mai puţin de *9%* din cele 9 miliarde de tone de plastic pe care le-am produs până acum în lume au fost reciclate.[10]

Practicile de reciclare diferă de la o ţară la alta, dar până şi în cele mai avansate state, cum sunt Japonia şi Danemarca, criza poluării cu plastic a depăşit abilitatea oricărei ţări de a-i face faţă. Doar în ultimii 20 de ani, s-a estimat că au fost produse peste 350 de milioane de tone pe an, dar faptul cu adevărat copleşitor este că acest număr este preconizat să se dubleze în următoarele două decenii. De la primul exemplar creat

şi până în momentul actual, curba ascendentă a producţiei a scăpat de sub control.

Majoritatea produselor pe care le pui în coşul de reciclat, din cauza unor imperfecţiuni, nu pot fi procesate. Când sunt amestecate materiale diferite, destrămarea materialului şi mulţimea de alte probleme tehnice fac din refolosirea plasticului o provocare şi, ca urmare, nu prea am progresat cu reciclarea efectivă.[11] Când prea multe astfel de obiecte ajung la reciclat, conţinutul este etichetat drept „contaminat” şi este imposibil de reciclat.

Şi atunci, dacă majoritatea plasticului nu este reciclat, unde crezi că ajunge? Nu dispare pur şi simplu de pe faţa Pământului şi nici nu se evaporă. Undeva ajunge, iar acel loc este fie o groapă de gunoi, fie oceanul, fie o ţară mai săracă.

Groapa de gunoi

Dacă tendinţele actuale vor continua, până în 2050 vor exista 12 miliarde de tone de plastic în gropile de gunoi. Această cantitate este de 35 000 de ori mai grea decât Empire State Building.[12] O groapă de gunoi este o zonă unde sunt duse deşeurile pentru a fi îngropate. Ca s-o spunem simplu, gropile de gunoi funcţionează aşezând în straturi deşeurile într-o gaură uriaşă. Din punct de vedere istoric, gropile de gunoi au fost cea mai răspândită metodă de organizare a deşeurilor, iar scopul lor a fost să izoleze resturile de mediul înconjurător, evitând contaminarea apei şi contactul cu aerul. Obiectele din plastic amestecate cu gunoiul obişnuit

sunt parte din mormanele în creştere, din toată lumea, care produc mirosuri oribile: gaze sulfuroase, metan, dioxid de carbon sau amoniac, printre altele. Gropile de gunoi nu sunt construite să descompună deşeurile, ci doar să le conţină, dar resturile se descompun, chiar şi încet, în mediu închis, iar tonele de emisii de metan şi carbon eliberate în aer contribuie la creşterea încălzirii globale.

Incinerarea

Din. perspectiva mediului înconjurător, în general este considerat mai bine să îngropi plasticul decât să-l arzi Cu toate acestea, în SUA cantitatea de deşeuri arse este de şase ori mai mare decât cea de deşeuri reciclate. Cele mai periculoase emisii sunt cele rezultate în urma arderii plasticului care a conţinut chimicale toxice – extrem de dăunătoare organismului uman.

Pentru că plasticul este obţinut din petrol şi gaz, creează o cantitate mare de căldură când este ars; hidrocarburile din acest material produc mai multă energie decât cărbunele. Transformarea plasticului în energie nu reduce cererea pentru noi produse din plastic, nici nu reduce semnificativ dioxidul de carbon, dar ar putea fi o parte din economia circulară, dacă procesul ar deveni competitiv la nivel global, din punctul de vedere al costurilor.

Oceanele noastre

Ţinând cont de faptul că oamenii au explorat mai puţin

de 4% din întinderea oceanelor, este o mare provocare să ştii exact cât plastic a ajuns în ele. De asemenea, oceanul este în continuă mişcare, aşa că plasticul călătoreşte peste tot. Un studiu realizat de Fundaţia *Ellen MacArthur* a estimat că în prezent există 150 de milioane de tone de plastic în oceane. Aproximativ 80-90% din plasticul din oceane provine de pe uscat. Jumătate din acesta provine din plasele de pescuit şi echipamentul pierdut de pe remorchere. Plasele de pescuit din plastic sunt cele mai periculoase pentru speciile marine cum sunt delfinii şi leii de mare, care se prind în plase şi se pot sufoca uşor.

RÂŢUŞTELE DE PLASTIC FAC ÎNCONJURUL LUMII

în 1992,29 000 de răţuşte galbene de cauciuc au ajuns în ocean după ce un container a căzut de pe un vapor, pe drumul dintre Hong Kong şi Statele Unite. După ce au ajuns în Oceanul Pacific, răţuştele au călătorit în jurul lumii, eşuând pe ţărmurile din Hawaii, Alaska, America de Sud, Australia şi Europa. Altele au călătorit peste 27 358,85 de kilometri, au plutit pe deasupra locului unde s-a scufundat Titanicul şi au îngheţat ani buni în gheţurile Arcticii, înainte să ajungă în final în Statele Unite.

Problema eliminării plasticului

Ideea de a scoate din oceane atât de mult plastic este năucitoare, în plus, ce ar putea face oamenii cu el, dacă ar fi să-l scoatem pe tot din ocean? Nu avem unde să-l

punem, nu avem în acest moment mijloacele necesare să-l reciclăm şi, cel mai probabil, ar sfârşi în mod greşit ars într-o groapă de gunoi dintr-o ţară în curs de dezvoltare. Acţiunile de curăţare au succes limitat. în zonele de coastă, unde plasticul este atât de nociv, poate ameninţa industria turismului şi infrastructura comunităţilor. Eco- logizările făcute pe plaje şi râuri sunt vitale, chiar dacă există problema eliminării lui, pentru că aceste ecologizări adună plasticul într-un singur loc – în plus, există anumite acţiuni prin care te poţi implica în comunitatea locală.

Ce se întâmplă cu plasticul care nu este scos din ocean? în loc să dispară, se rupe încet în fragmente mai mici, cunoscute ca microplastice. Principala problemă cu microplasticele este că se infiltrează în sistemul nostru acvatic şi trofic. Sute de mii de animale marine, mai ales păsări, mor deoarece s-au încurcat în sau au înghiţit plastic. Cum am spus la începutul cărţii, dacă mănânci peşte, ai 99% şanse să fi ingerat deja microplastice.

CE SUNT MICROPLASTICELE?

Sunt bucăţele minuscule de plastic, uneori descrise ca având între 5 şi 10 nm (nanometri). Unele microplastice, cum sunt microsferele, sunt special gândite să fie atăt de mici; cu toate acestea, majoritatea micro plasticei or sunt fragmente din bucăţi mai mari de plastic, cum ar fi sacoşele sau bidoanele din plastic, care se desfac în fragmente din ce în ce mai mici.[13] Totuşi, principala sursă de microplastice este considerată a fi spălarea hainelor,

responsabilă pentru aproximativ o treime din plasticul din ocean. Vom discuta mai pe larg despre această problemă a microplasticelorîn capitolul despre modă.

Deşeurile din plastic şi ţările sărace

Deja de prea mult timp, atât ca ţări pe deplin dezvoltate, cât şi ca indivizi, am evitat să ne asumăm responsabilitatea pentru propriul consum de plastic. Deşi noi, în lumea dezvoltată, am putea fi cei mai mari poluatori cu plastic, nu apărem aşa în cifrele oficiale, pentru că ţările nu au fost niciodată nevoite să monitorizeze unde ajunge gunoiul odată ce trece de graniţele lor.

Ani de zile, ţările dezvoltate au trimis deşeurile de plastic greu de reciclat în ţările mai sărace din Asia sau Africa. Acest plastic provine dintr-o reţea de industrii, cum sunt cea alimentară, a băuturilor, a sănătăţii, a modei, tehnologiei şi cea aerospa- ţială. în loc să găsească o cale de a-şi gestiona propriul gunoi în Europa sau America, îmbunătăţindu-şi sistemele de reciclare,

ţările dezvoltate s-au decis că cea mai simplă şi „bună” soluţie este pur şi simplu să trimită cu vaporul plasticul nedorit către alte ţări, care au mai puţine resurse şi nu vor protesta, şi să le lase să se descurce. Ideea era că ţările mai sărace vor putea să refolosească plasticul

internaţional, dar realitatea nu este nici pe departe un succes. Cel mai puţin valoros plastic, care este mai greu de reciclat, sfârşeşte aproape întotdeauna abandonat, în loc să se încerce măcar să fie transformat în produse noi de către cineva din vreuna dintre acele ţări. Ca urmare, obiecte din plastic din America şi Europa zac în mormane în satele din ţările în curs de dezvoltare. Deşeurile de plastic internaţional care aglomerează terenuri străine, plutesc prin oceane şi pun în pericol fauna sălbatică, având consecinţe cumplite asupra oamenilor şi comunităţilor la care ajung transporturile cu gunoaiele noastre.

Unul dintre principalii receptori ai plasticului abandonat a fost întotdeauna China, dar către finalul lui 2017, chiar şi ei s-au săturat şi au anunţat că nu vor mai putea accepta deşeuri din Vest, pentru că sistemele lor nu pot ţine pasul cu propria lor producţie de plastic. Totodată, China a observat oportunitatea, dat fiind politicile climatice actuale, de a lua atitudine şi a-şi îndeplini o parte din propriile obiective climatice. Asta a fost o catastrofa pentru America şi Europa, care se obişnuiseră să se debaraseze uşor de problemele lor cu plasticul.

Guvernele din Vest au fost puse în mare încurcătură, dar a fost şi o ocazie pentru ele să creeze schimbări reale, la nivel de sistem, în ceea ce priveşte producţia şi consumul de plastic. Totuşi, în loc să adopte strategii alternative şi să îmbunătăţească modul în care gestionează deşeurile din plastic, guvernele au crescut exporturile către alte ţări în curs de dezvoltare, cum ar fi Indonezia, Vietnam şi Filipine. Aceste ţări au fost

curând copleşite de transporturile navale cu deşeuri, de care nu au capacitatea să se ocupe. Ajutorarea ţărilor mai sărace să facă faţă nivelului mereu în creştere de plastic şi alte deşeuri este în cele din urmă o problemă de dezvoltare.

Demontarea unui mit: reciclarea se referă numai la obiectele din plastic

Reciclarea reprezintă separarea materialelor specifice – şi include în mod obişnuit plasticul, metalul, hârtia, cutiile de suc şi lapte, cartonul, sticla, chiar şi tuburile de spray – şi direcţionarea acestora către dispozitive ce le pot pregăti pentru refolo- sire. Ca să fii sigur că toate obiectele îndesate în sacoşa sau cutia ta de gunoi sunt reciclate, clăteşte-le, spală şi curăţă toate urmele de mâncare, pentru că plasticul murdar nu poate fi reciclat.

Reciclarea acasă depinde total de zona în care trăieşti şi de condiţiile stabilite de consiliul local. Verifică la consiliul local care este lista completă – ce poţi şi ce nu poţi recicla dacă intri pe site-ul oficial, pe pagina referitoare la reciclare. Deocamdată, lasă-mă să-ţi reamintesc ce obiecte neconvenţionale poţi sau nu să reciclezi:

Da, poţi să pui:

- Corespondenţă expirată.
- Tuburi goale de spray, obiecte din aluminiu, cutii de

conserve din oţel sau alte metale.

- Bidoane curate de şampon, bidoane de detergent şi ambalaje de la materialele de curăţat pentru bucătărie, baie şi haine*

- Sticle, doar dacă sunt verzi, maro sau transparente.
- Tăvi şi folii curate din aluminiu.
- Ambalaje goale de iaurt, margarină şi caserole de la mâncarea „la pachet”.
- Deşeuri din hârtie, cum ar fi revistele şi hârtia tipărită.
- Cutii de carton – doar cele de suc, lapte şi pentru şerveţele. Numai cutiile *curate* pot fi reciclate.
- Capace? Cele de la cutiile mari de îngheţată sunt potrivite, la fel şi cele de metal, de la borcane. Cele mici, de la bidoanele de plastic, în mod normal nu sunt primite.

Nu, nu poţi să pui:

- Sacoşe de plastic sau alte obiecte din plastic moale vor crea probleme la centrele de reciclare. Se pot răsuci în jurul maşinăriei şi vor provoca blocaje.
- Pahare de cafea de unică folosinţă. Multe pahare de cafea sunt acoperite pe interior cu ceară sau plastic, aşa că verifică de două ori la magazinul tău preferat de cafea – sau, şi mai bine, ia cu tine propria cană reutilizabilă.
- Capace de la sticlele din plastic gros, capace de la sticlele de bere şi aşa mai departe.
- Cutii din plastic negre şi maro.

- Ambalaje din polistiren expandat, cum sunt recipientele din spumă, pentru mâncare la pachet, sau fragmentele acelea mici, care se pun în cutiile de împachetat, pentru protejarea obiectelor.
- Haine sau cârpe de orice fel.
- Şerveţele sau prosoape de hârtie care au intrat în contact cu mâncarea, grăsimea sau fluidele corporale.
- Scutece.
- Cutii unsuroase, murdare, de pizza.
- Becuri
- Hârtie tocată.
- Resturi menajere sau din grădină.
- Obiecte de uz casnic – chiar dacă sticla poate fi reciclată, paharele, sticla de la cuptor şi oglinzile nu sunt reciclabile.
- Hârtie de împachetat din aluminiu, strălucitoare sau cu sclipici. Nu este reciclabilă şi nu poate fi procesată, pentru că ar rămâne sclipici în hârtia obţinută prin reciclare.

Care este situaţia în prezent?

Se preconizează că cererea pentru plastic se va dubla în următorii 20 de ani, iar dacă obiceiurile noastre şi procesele de producţie nu se schimbă, până în 2050 s-ar putea să avem mai mult plastic decât peşte în oceane. Datorită relatărilor la scară largă despre consecinţele folosirii intensive a plasticului, datorită acti- vismului, a presiunii exercitate de reţelele sociale şi de grupurile

pentru protecţia mediului, criza plasticului a intrat definitiv pe agenda globală. O declaraţie recentă, făcută de 193 de ţări în decembrie 2017, în Nairobi (Kenya), a subliniat nevoia urgentă de a acţiona cu privire la criza plasticului. Aceasta a fost, desigur, încă o declaraţie a Organizaţiei Naţiunilor Unite, dar, aşa cum am spus în introducere, nu este uşor să determini atât de multe ţări să se pună de acord asupra unui subiect şi a acţiunilor ce trebuie întreprinse. Momentul marchează primul angajament la nivel global de a confrunta deschis problema plasticului.

în unele locuri, interzicerea obiectelor de unică folosinţă din plastic este un mesaj puternic şi creează în rândul comunităţilor un sentiment de necesitate a schimbării comportamentale.

Mai mult, motivează companiile locale să caute alternative. Peste 60 de ţări au impus interdicţii şi taxe asupra acestor obiecte, ceea ce este un început minunat, dar munca adevărată începe odată cu implementarea acestor politici. Toate guvernele ar trebui să introducă stimulente financiare pentru a schimba obiceiurile consumatorilor, comercianţilor şi producătorilor, aplicând politici solide care tind către modele circulare de design şi producţie ale obiectelor din plastic. într-o economie circulară, destinaţia finală a plasticului nu este groapa de gunoi sau arderea, în schimb, plasticul va fi proiectat astfel încât să poată fi refo- losit la cel mai înalt potenţial economic, cât mai mult timp posibil, în cadrul lanţului global de aprovizionare.

„Nu plasticul este problema. Problema este ce facem noi cu el. Iar asta înseamnă că răspunderea este a noastră şi trebuie să fim mult mai ingenioşi în folosirea acestui material miraculos.”

Erik Solheim, Preşedintele Programului ONU pentru Mediu

începuturi timide în reducerea poluării cu plastic

Există exemple pozitive de corporaţii sau companii care au jucat un rol important în combaterea poluării cu plastic. Firme precum Adidas, Lush şi Patagonia au demonstrat că sectorul privat nu rămâne indiferent şi au lansat noi produse fabricate din plastic reciclat. Dincolo de campaniile grozave de marketing, companiile au cules beneficiile economice ale transformării anumitor practici de afaceri în lanţuri cu valoare globală pe termen lung şi au descoperit că producţia şi consumul sustenabil au fost foarte profitabile pentru ei. (Totuşi, există şi o altă faţetă a fabricării de haine noi din plastic reciclat; voi explica în capitolul despre modă.)

Obiectele din plastic sunt esenţiale în viaţa noastră zilnică, iar provocarea schimbării prin parteneriate în sectorul materialelor, la nivel global, nu va crea doar un sistem mai eficient de gestionare a deşeurilor, ci va demonstra posibilitatea trecerii de la o economie liniară la una circulară. Producţia de masă a obiectelor de unică folosinţă din plastic este o problemă recentă, care acum se află (din fericire) pe prima pagină a agendei po-

litice. în cazul în care companiile nu sunt pregătite să reducă imediat, proporţional, consumul de plastic, ele trebuie să ia în considerare acest lucru încă de la început – şi pe parcursul tuturor celorlalte perioade de viaţă ale produselor pe care le folosim.

în acest caz, avem nevoie de eforturile designerilor şi companiilor să regândească ambalajele şi să inoveze folosind materiale alternative.

Există diferite etape, dar o viziune comună asupra războiului împotriva plasticului a fost rezumată într-un studiu condus de Fundaţia *Ellen MacArthur,* iar peste 350 de organizaţii susţin următoarele principii-cheie[14]:

1. Eliminarea ambalajelor problematice sau inutile prin re- proiectare, iar inovarea şi livrarea unor modele noi sunt o prioritate.
2. Variantele reutilizabile să fie folosite acolo unde este posibil, ca să reducem ambalajele de unică folosinţă.
3. Toate ambalajele de plastic să fie 100% refolosibile, reci- clabile sau biodegradabile.
4. Folosirea plasticului să nu mai fie pe lista de resurse finite consumate.
5. Niciun ambalaj din plastic să nu conţină substanţe chimice periculoase, iar sănătatea, siguranţa şi drepturile tuturor oamenilor implicaţi să fie respectate.

Clima se schimbă – şi tu te poţi schimba

Una peste alta, odată ce începe să te preocupe amprenta ta de plastic, devii un consumator mai atent. Suntem atât de obişnuiţi să luăm, să luăm, să luăm continuu, dar, de fapt, dacă stai puţin şi te întrebi „Chiar am nevoie de chestia asta” sau „Chiar vreau obiectul acela atât de înfăşurat în plastic, pentru numai două secunde de plăcere”, probabil răspunsul va fi „Nu”.

Acest lucru merge mână în mână cu una dintre temele principale ale cărţii: să devii atent. Discuţia despre plastic a ajuns în momentul în care expresia „un singur om poate face diferenţa” se aplică.

Primul lucru: redu consumul de plastic. Cea mai simplă metodă este să nu mai cumperi obiecte de care nu ai nevoie, dar, când nu poţi evita acest lucru, caută variante cu mai puţin plastic în compoziţie.

Voi, cei revoltaţi de înfăşurarea inutilă a unor obiecte în mai multe straturi de plastic – cum ar fi fructele şi legumele de la supermarket –, despachetaţi produsele şi lăsaţi ambalajul la casier, ca formă de protest. Nu te nelinişti, nu vor crede că eşti nebun, există persoane care fac asta de ceva vreme. Te vei simţi eliberat.

Oricând este posibil, încearcă să ai la tine:

- Propria sacoşă de cumpărături.
- Propria sticlă (dacă măcar unul din 10 englezi ar folosi propria sticlă reutilizabilă măcar o dată pe

săptămână, am economisi în jur de 340 de milioane de sticle de plastic pe an).
- Propria cană pentru cafea.
- Propriul set de tacâmuri.

La început poate părea o corvoadă să cari atâtea lucruri în plus, dar după un timp va deveni o obişnuinţă. Adesea, folosirea obiectelor reutilizabile presupune şi ceva economii. Dacă începi să calculezi câte sticle de apă de 1 liră (sau mai scumpe) ai fi cumpărat, vei observa că ai făcut economii semnificative. Multe afaceri oferă acum stimulente pentru cei care îşi aduc propria cană reutilizabilă. Există discounturi de până la 40% din costul băuturii alese.

Spune NU paielor de unică folosinţă – cu excepţia persoanelor care au nevoie de aceste paie din motive ce ţin de anumite dizabilităţi. Paiele pot fi un obiect indispensabil pentru o viaţă independentă, în unele cazuri, iar interzicerea lor ar trebui să ţină cont de cei care au neapărat nevoie de ele.

Foloseşte-ţi conturile de pe reţelele sociale pentru a creşte conştientizarea problemei poluării cu plastic şi încurajează-i şi pe alţii să-şi micşoreze consumul. Fii un exemplu bun pentru generaţiile mai tinere.

Foloseşte recipiente reutilizabile acasă la tine. Cea mai simplă metodă să faci economii şi să fii prietenos cu mediul este să cumperi vrac produse, cum ar fi şamponul, balsamul de păr şi alte lucruri pentru casă, şi să le reumpli când este necesar.

Unele supermarketuri şi branduri precum Loop Store au dozatoare pentru diverse produse. Totuşi, sunt încă destul de rar întâlnite, dar fii atent, căci piaţa aceasta se va dezvolta repede în următorii ani.

Evită microsferele. Acestea sunt particule de plastic solid, mici, mai mici de 5 milimetri, care nu se degradează şi nu se dizolvă în apă. Maj oritatea sunt adăugate în produsele de înfrumuseţare, cum este spuma purificatoare pentru faţă sau alte produse de curăţenie. Majoritatea sistemelor de tratare a apelor uzate nu pot reţine microsferele, care după folosire ajung în canalizare şi apoi în oceanele noastre. în 2018, guvernul american şi cel britanic au interzis fabricarea lor, dar este nevoie ca astfel de măsuri să fie iniţiate şi în alte ţări. Pentru producători, există câteva alternative naturale, biodegradabile, care nu afectează mediul când ajung în reţeaua de canalizare; câteva exemple sunt migdalele măcinate, ovăzul, sarea de mare şi fulgii de cocos.

Cere etichete mai clare. De multe ori, întâlneşti un produs pe care apare simbolul „reciclabil”, dar apoi se dovedeşte că de fapt nu poţi recicla tot obiectul. Companiilor ar trebui să li se ceară informaţii mai clare referitoare la părţile de ambalaj care pot sau nu să fie reciclate.

Fii propriul erou timp de cinci minute şi oricând te afli în apropierea unei plaje sau a unui râu, petrece cinci minute culegând plasticul de pe ţărm şi aruncă-l acolo unde trebuie. # 5minuteb eachcle an

Dacă locuieşti într-o zonă de coastă, implică-te în

acţiuni mai mari de ecologizare pe plajă. Astfel de acţiuni derulate pe malul râurilor sau în parcuri sunt de asemenea evenimente frecvente şi reprezintă un mod foarte bun de a socializa cu alţi oameni din zona ta, care îţi împărtăşesc viziunea.

Fii atent la ambalajele pe care scrie că sunt biodegradabile. Dacă un produs este biodegradabil, ai putea presupune că dispare dacă îl arunci în natură, dar asta este, în mare parte, doar un mit. Cartea mea îţi oferă o perspectivă cât mai realistă posibil şi cu toate că, da, biodegradabil sună mai atrăgător, în general nu înseamnă că obiectul se va descompune în *orice* fel de condiţii. De cele mai multe ori, doar compostarea industrializată, în anumite condiţii, poate asigura biodegradarea unor obiecte într-o perioadă rezonabilă de timp; alte sisteme nu pot, deocamdată, să recunoască şi să proceseze acest tip de materiale.

Plimbă-te prin firma la care lucrezi şi observă ce obiecte de unică folosinţă din plastic ar putea fi evitate, de la cantină până la aparatul de cafea, inclusiv papetăria inutilă. în esenţă, militezi pentru condiţii mai bune de muncă, care sunt, până la urmă, drepturi de bază ale omului.

O SCHIMBARE SIMPLĂ – O DIFERENŢĂ MARE

Organizaţia mea non-profit, Fundaţia *Ocean Generation,* a colaborat la un moment dat cu o mare şi renumită corporaţie din Londra. Când am iniţiat parteneriatul, am avut ocazia să mă întâlnesc cu unul dintre directorii executivi în biroul său şi, bineînţeles, am început să vorbim despre un eveniment pe care urma să-l găzduim în sediul acelei companii. M-a întrebat mai întâi de ce mă preocupă acest subiect şi am subliniat felul în care nişte schimbări mici pot avea un impact mare. La întâlnire, ni s-a oferit apă în sticle de unică folosinţă, l-am explicat că numai prin renunţarea la aceste sticle din plastic, compania lui ar avea imediat un impact pozitiv asupra mediului. La următoarea întâlnire, mi-a spus că a cercetat

problema şi că doar pe etajul lui din clădire se foloseau în fiecare săptămână peste 52 de baxuri de apă în sticle de plastic.

Şocat de acest număr, el şi-a încurajat echipa de peîntregul etaj să investească fiecare într-o sticlă de apă reutilizabilă şi s-o umple de la dozator. O singură schimbare făcută pe etajul unei clădiri de birouri are potenţialul de a evita ca mii de sticle de apă să intre în oceanele noastre, în fiecare an.

Am dat acest exemplu pentru că este bine să avem curajul de a vorbi despre plastic la locul de muncă. Atunci începe schimbarea să se întâmple cu adevărat: când verbalizăm problemele. Şeful tău sau orice CEO sau manager este o fiinţă umană şi, în fond,îşi va dori o imagine bună pentru compania sa şi angajaţi mulţumiţi.

» >

„Toţi ştim ce se întâmplă cu plasticul, cât de îngrozitor este şi cât rău face. O spunem de ani de zile. Totuşi, ca la un semnal, brusc oamenii au început să fie conştienţi de el. Asta îţi dă speranţă. Ideea ia amploare în lume.

Dar Roma n-a fost construită într-o singură zi. Mişcarea a început şi acum este de neoprit.”

Sir David Attenborough

Adevărul urât despre modă

„Sustenabilitatea este la modă de miliarde de ani, altfel n-am mai fi în viaţă. Acum excesul este pe val şi trebuie să-l eliminăm ferm din industria modei.”

Orsola de Castro, co-fondatoare a Revoluţiei Modei

Nu cu multă vreme în urmă, hainele erau relativ scumpe pentru toată lumea. Deciziile de cumpărare erau luate cu grijă şi majoritatea oamenilor nu aveau o garderobă prea mare, alcătuită din haine care să fie purtate un singur an sau un singur anotimp. Dar odată cu dezvoltarea modei rapide – adică haine ieftine care nu sunt făcute să dureze prea mult – şi cu apariţia materialelor sintetice, hainele pe care le purtăm au devenit acum un subiect îngrijorător pentru mediu.

Gândeşte-te la ultimele articole vestimentare pe care le-ai cumpărat.

- Ai luat în calcul vreun aspect etic atunci când ai

cumpărat produsul?

- Cine a produs materialul?
- Cine a croit şi a cusut materialul?
- Câtă apă a fost consumată pentru producerea acelui articol vestimentar?
- Câtă energie şi cât dioxid de carbon a fost eliberat în atmosferă în procesul de producţie şi pentru transportarea lui?
- Cum va afecta mediul obiectul pe care l-ai cumpărat, atunci când va trebui să renunţi la el?
- Are vreo legătură cu o reţea de trafic de persoane sau cu munca infantilă (prestată de copii)?
- Au fost folosite substanţe chimice dăunătoare pentru producerea lui?

Fii cinstit. Fără să te simţi vinovat, ai luat cu adevărat în considerare măcar vreunul dintre aceste aspecte înainte să cumperi cel mai recent articol vestimentar?

Moda scăpată de sub control

Industria modei este responsabilă pentru mai mult de 10% din emisiile de carbon, la nivel global, şi rămâne al doilea cel mai mare poluator de pe planetă, după petrol şi gaze. Da, există dispute cu privire la cât de exacte sunt aceste statistici, dar – ca să punem lucrurile în perspectivă – în fiecare zi ne îmbrăcăm şi în fiecare zi

mâncăm. La fel ca şi industria alimentară, moda este o industrie esenţială pentru fiecare om. Şi implică o decizie la nivel emoţional.

încă de la început, industria modei nu a fost reglementată. De prea multă vreme, producătorii din industria modei şi brandurile tuturor produselor specifice din lanţul de aprovizionare au încălcat drepturile omului şi au făcut rău planetei. Ca să punem lucrurile în context, această industrie distruge râuri şi surse de apă dulce; 85% din poluarea cu plastic din oceane provine de la microfibrele din care sunt făcute hainele sintetice. Iar acestea sufocă speciile de animale marine.

Moda este una dintre industriile care se bazează cel mai mult pe forţa de muncă şi are ca angajaţi direcţi peste 60 de milioane de oameni. Dar de-a lungul lanţului de aprovizionare, industria asupreşte milioane de fermieri şi de lucrători din fabricile de textile, obligându-i la o formă modernă de sclavie, pur şi simplu pentru că moda rapidă pune profitul înaintea oamenilor.

Putem schimba felul în care funcţionează moda acum?

Plăcerea de a cumpăra, tentaţia pe care o simţim când trecem pe strada principală, reclamele nesfârşite de pe reţelele sociale şi apariţia influencerilor, ca un fel de campanii ambulante pentru branduri – toate acestea ne intră în subconştient şi ne alimentează dorinţa de a avea mai mult, mai mult, mai mult.

Britanicii cumpără mai multe haine noi decât oamenii

din orice altă ţară europeană, iar haine ieftine se găsesc din belşug. Mulţi dintre noi sunt sclavii schimbărilor modei şi, pe măsură ce strângem haine noi, ne debarasăm de cele vechi într-un ritm şocant. Cantitatea de haine şi deşeuri textile pe care o producem în prezent, la nivel global, este de milioane de tone toxice şi se iau mult prea puţine măsuri, de-a lungul lanţului de aprovizionare, pentru a preveni magnitudinea poluării din cauza modei.

într-o lume din ce în ce mai motivată de profit, moda şi sus- tenabilitatea sunt un paradox? Cum arată, cu adevărat, viitorul modei? Acesta este un subiect care apare în multe conversaţii; multe summituri sunt organizate de oameni din interiorul acestei industrii pentru a discuta cum şi încotro trebuie să se îndrepte moda. Cuvântul incompatibil este „consum”. Cum poate industria modei, construită pe creştere, să reacţioneze la faptul că acasă deja avem haine în exces? Cât de departe şi cât de mult sunt dispuse brandurile să meargă, pentru a face din modă o industrie corectă cu omul şi planeta? Cât de mult suntem noi, consumatorii, dispuşi să le arătăm brandurilor că vrem suste- nabilitate?

Când mergem la cumpărături, s-ar putea să uităm de lucrurile în care credem

Cercetările şi studiile arată că oamenii devin din ce în ce mai preocupaţi de efectul pe care îl au hainele pe care le aleg, dar datele arată că milenialii prioritizează orice altceva înaintea sustenabilităţii. De exemplu, simplitatea

procesului de cumpărare, preţul, unicitatea şi numele de brand. Cu toate acestea, există o discrepanţă între hainele pe care le vor consumatorii şi cele pe care le cumpără. Site-ul *Entry Level Activist* (Activist începător) a aplicat teoria „disonanţei cognitive” în lumea modei. Disonanţa cognitivă reprezintă disconfortul pe care îl resimte o persoană care are două sau mai multe gânduri, idei, valori contradictorii. Dacă tu crezi că moda neetică este ceva greşit, dar cumperi haine de la branduri neetice, vorbim despre disonanţă cognitivă. Când ne comportăm într-un mod care ne contrazice convingerile – despre mediu, societate, economie, politică noi, consumatorii, începem să simţim disconfort psihic şi stres. Aceste sentimente pot fi intensificate când realizăm că, de fapt, am putea acţiona conform convingerilor noastre, dar este dificil să ne armonizăm acţiunile individuale cu sistemul în care trăim?

în cele din urmă, sistemul modei este un produs al sistemului economic global, care se bazează pe creştere continuă. Consumul se află în centru, iar ideea de a le cere consumatorilor să intervină în cadrul sistemului este o solicitare foarte abstractă. Industria are nevoie de o schimbare de sistem, iar industria modei ca întreg trebuie să-şi asume responsabilitatea pentru că ne-a creat o obsesie periculoasă pentru moda rapidă. Explorând moda, întâlneşti multe suprapuneri între problemele economice, de mediu şi justiţie socială. Poate că acest capitol are mai multe întrebări decât răspunsuri, dar ţine minte că nu este vorba doar să salvezi planeta, ci să-i salvezi şi pe oamenii care ne fac

hainele.

Moda: date concrete

- Optzeci de miliarde de articole vestimentare sunt produse şi vândute anual, la nivel global. Asta înseamnă cu 400% mai mult decât cu douăzeci de ani în urmă?
- Industria modei este responsabilă pentru mai mult de 10% din emisiile de carbon la nivel global şi rămâne a doua cea mai mare sursă industrială de poluare, după cea petrolieră?
- Aproape 70 de milioane de barili de petrol sunt folosiţi anual pentru producerea de fibră de poliester, cea mai des folosită fibră pentru hainele pe care le purtăm, fibră ce are nevoie de sute de ani ca să se descompună.[4]

- Un studiu realizat de Fundaţia *Ellen MacArthur* a descoperit că în fiecare secundă este aruncat la gunoi echivalentul unui camion de textile.
- 85% din poluarea cu plastic din oceane provine de la micro- fibrele hainelor sintetice, o ameninţare pentru viaţa marină, poluare care ajunge şi în lanţul nostru alimentar.
- Peste 65 de milioane de copaci sunt tăiaţi în fiecare an şi transformaţi în materiale precum mătasea artificială, vâs- coza, modal-ul şi lyocell-ul.
- Un sfert din substanţele chimice produse în lume

sunt folosite în industria textilă.

- Pentru fabricarea unui singur tricou este nevoie de 2 700 de litri de apă – aceeaşi cantitate de apă pe care o bea o persoană obişnuită timp de 900 de zile?
- Unul din şase oameni lucrează în industria modei?

Moda rapidă

Termenul actual „modă rapidă” este folosit de comercianţii de modă ca să exprime faptul că noile proiecte ajung repede de pe catwalk (podiumurile de prezentare) în tendinţele actuale ale modei.[7]

Să fim serioşi. Moda rapidă ne distorsionează complet simţul valorii. O cafea în Londra te poate costa lejer 3,40 lire – vorbim despre o băutură cu cafeină pe care probabil o vei consuma în mai puţin de 30 de minute.

Poţi cumpăra un tricou de la un magazin de pe strada principală cu 1,5 lire. Un tricou pentru a cărui fabricare au fost folosiţi 2 700 de litri de apă, care a fost atins de aproximativ 55 de oameni de-a lungul lanţului de aprovizionare (de la culegerea bumbacului, până la coaserea lui), un tricou care a călătorit de pe partea cealaltă a lumii, lăsând în urmă o amprentă de carbon uriaşă, ca să ajungă la tine. Atunci, cum este posibil ca o cafea să fie mai scumpă decât un tricou?

în trecut, hainele erau ceva practic. Ceva ce valorizam, ce era lăsat moştenire de la o generaţie la alta, era reparat când se strica şi era aruncat numai când nu mai putea fi recondiţionat. Când vorbim despre

modă din perspectiva sustenabilităţii, tindem să regretăm generaţia părinţilor şi felul în care mergeau lucrurile odinioară: hainele treceau de la un membru al familiei la altul, le reparam până se toceau. Dar, ca să fim cinstiţi, folosirea argumentului unei generaţii diferite ca exemplu de suste- nabilitate nu este o abordare realistă pentru secolul 20. înainte, oamenii pur şi simplu nu aveau atât de multe haine, mai ales când erau tineri – în mare parte pentru că nu şi le permiteau, în prezent am ajuns la cealaltă extremă. Preţul este cheia şi reprezintă unul dintre principalele motive pentru situaţia în care ne aflăm acum: dacă hainele sunt ieftine şi accesibile, vor fi cumpărate. Dar nu mai este ceva atât de atrăgător când ai mii de comercianţi stradali şi online care fac bani de pe urma acestei culturi de unică folosinţă pe care am creat-o. Sistemul modei favorizează consumul, încurajează un anumit stil de viaţă şi anumite oportunităţi.

Viata scurtă a hainelor din ziua de azi

îmbrăcămintea modei rapide tinde să fie purtată de mai puţin de cinci ori, apoi este păstrată 35 de zile înainte să fie aruncată. Mulţi tineri britanici consideră că o haină pe care au purtat-o doar o dată sau de două ori este „veche”. Companiile care produc modă rapidă confecţionează intenţionat haine care se uzează repede. Urmează o strategie numită „uzură planificată” Asta înseamnă că realizează hainele astfel încât să devină demodate, să se uzeze, să-şi piardă forma sau să se rupă uşor, ca să forţeze consumatorul să cumpere continuu

haine noi. Ştim asta pentru că pe vremuri existau doar două sezoane de modă: primăvară/ vară şi toamnă/iarnă. Odată ajunşi în 2014, şi mai departe, industria modei amestecă până la 52 de microsezoane într-un an. Aceste colecţii sunt atât de ieftine încât îi permit consumatorului să se simtă bogat pentru că poate cumpăra atât de mult.

Povestea ascunsă a modei

Producţia şi consumul de modă rapidă nu rămâne fără consecinţe. Mişcarea modei rapide şi cele 80 de miliarde de noi articole vestimentare create în fiecare an poluează planeta într-un ritm fără precedent şi împiedică milioane de oameni, mai ales din ţările în curs de dezvoltare, să câştige un salariu cinstit şi să aibă un trai decent.

Ţările vestice se află în general departe de locurile în care sunt confecţionate hainele. Peste 75% din exporturile de haine şi 50% din exporturile de textile din lume sunt produse în ţările în curs de dezvoltare.[8] Realitatea impactului asupra mediului este îndepărtată de privirile celor ca noi şi dezvoltă o ruptură între responsabilitatea propriului consum şi deşeurile pe care le producem.

Adesea, suntem orbi în faţa celor peste 92 de milioane de tone de deşeuri solide care ajung la gropile de gunoi în fiecare an. Din cauza materialelor textile uzate pe care le aruncăm, sau a milioanelor de haine pe care le trimitem la groapa de gunoi unde sunt arse, risipim resurse valoroase: cele 1,2 miliarde de tone de

CO_2 emise anual din cauza modei; ca să nu mai vorbim de apele poluate şi atelierele în care muncitorii (inclusiv copiii) sunt angajaţi să facă o muncă grea în condiţii precare şi pe salarii extrem de mici.

Să nu crezi nici că doar brandurile de stradă iau parte la menţinerea condiţiilor de muncă neetice şi a acestor practici de mediu îngrozitoare. Moda rapidă este doar un ţap ispăşitor; este binecunoscut faptul că brandurile de lux folosesc practici mai rele decât cele de rând. O mulţime de designeri din lumea modei de lux îşi pun etichetele pe haine realizate ieftin în lumea a treia.

în acest fel, moda ultimilor zeci de ani a provocat un mare rău, de la degradarea mediului, până la încălcarea drepturilor omului.

Creşterea cumpărăturilor făcute online

Nimeni nu s-a gândit vreodată că brandurile de stradă ar putea fi vreodată în pericol, dar, ca urmare a creşterii accesului la internei, tot mai multe magazine fizice se închid şi tot mai mulţi dintre noi cumpără cu un simplu clic.

Această trecere de la cumpărarea fizică la cea online putea fi o şansă pentru branduri să facă ce trebuie şi să ia în calcul suste- nabilitatea, însă din nefericire nu s-a întâmplat aşa. în schimb, a făcut posibil ca retailerii online să recreeze rochia bodycon (adică mulată) purtată de un influencer cu doar o zi în urmă şi să o vândă pe internet doritorilor. Am ajuns într-un moment în care atât industria cât şi noi, consumatorii,

recunoaştem că lucrurile trebuie să se schimbe, aşa că hai să cercetăm mai departe această industrie.

MATERIALELE TEXTILE CELE MAI DES FOLOSITE ÎN MODĂ

Poliesterul este fibra cea mai folosită pentru realizarea hainelor noastre şi este, în esenţă, *plastic.* Poliesterul este numele prescurtat al unui polimer sintetic, creat de om, care de obicei este numit polietilenă tereftalată (PET). El este obţinut prin amestecarea etilenglicolului cu acidul tereftalic[9] – o formă brută de petrol. Conform unui studiu realizat de *Forbes,* 70 de milioane de barili de petrol sunt folosiţi anual pentru a aproviziona lumea cu fibră de poliester- un material care are nevoie de mai mult de 200 de ani ca să se descompună.[10]

Bumbacul. 90% din bumbacul folosit acum este modificat genetic (GM) şi este cel mai mare consumator de pesticid din lume, ceea ce înseamnă utilizarea unor cantităţi mari de apă. Impactul acestor chimicale (ierbicide, insecticide, fungicide etc.) asupra solului şi a sănătăţii umane esteîn mare parte nestudiat, dar ele sunt periculoase pentru cei care lucrează în industria respectivă. Substanţele chimice din bumbacul modificat genetic trec prin piele în sânge, aşa că oamenii care lucrează în industria bumbacului riscă expunerea la substanţe chimice. Acelaşi lucru li se întâmplă şi celor care poartă haine făcute din acest tip de bumbac. Ca să eviţi acest lucru, încearcă să cauţi şi să cumperi bumbac organic, oricând este posibil.

Pielea a fost foarte populară încă din anul 3 000 Î.H., dar pielea nu este de fapt un derivat al producţiei de alimente şi nu este un lux. Potrivit unor designeri precum Stella McCartney, care nu folosesc produse animale, pielea este corelată cu o varietate de ameninţări asupra mediului şi sănătăţii umane. Suprafeţele de teren de păşunat şi cantităţile de apă şi combustibili fosili folosiţi pentru creşterea

animalelor şi pentru producţia de piele sunt un cost uriaş pentru planetă. Pe lângă creşterea animalelor necesare, procesul de argăsire este printre cele mai toxice din întregul lanţ de aprovizionare al modei. Muncitorii sunt expuşi la substanţe chimice dăunătoare, în timp ce deşeurile rezultate pot polua sursele naturale de apă, ducând la creşterea numărului de bolnavi de cancer în zonele înconjurătoare.[11]

Şi atunci care sunt alternativele, o să întrebi? Nu este OK să fii crud cu animalele, dar şi pielea sintetică are un impact semnificativ asupra mediului. Atât compuşii din poliuretan, cât şi cei din policlorura de vinii trebuie să treacă prin procese chimice care să-i facă suficient de flexibili şi să imite pielea. Asta presupune solvenţi toxici, obţinuţi din combustibili fosili, despre care ştim că fie au nevoie de sute de ani pentru a se descompune, fie eliberează o tonă de chimicale dăunătoare dacă sunt arse la gropile de gunoi. Aceste variante nu au oprit brandurile să afirme sus şi tare că oferă „alternative sustenabile pentru piele”, în ciuda dezavantajelor pe care le-am prezentat.

Aşadar, în ultimă instanţă, alegerea îţi aparţine ţie, consumatorul. Este mai bine să cumperi piele adevărată (pentru că o să ai mai multă grijă de un astfel de articol lucrat de mână şi poate chiar o să-l dai mai departe cuiva), în loc să cumperi o variantă ieftină, de 5 lire, din piele artificială? în ambele cazuri, faci un compromis. în prezent, designerii se orientează către alternativele crescute în laborator, cum ar fi pielea vegetală din ananas, ciuperci şi altele, dar cercetarea este atât de la început încât este greu să fie măsurabilă. Aşa că, deocamdată, cea mai bună variantă este să foloseşti ceea ce există deja, rezerve sau produse derivate de la industria cărnii, şi să te asiguri că nimic nu se risipeşte (branduri precum Gabriela Hearst sunt exemple bune de minimizare a risipei).

Lâna este o fibră tradiţională, dar reprezintă un segment mic şi în scădere din piaţa textilă, în jur de 1 %. Aproximativ două miliarde de kilograme de lână neprelucrată pe an sunt produse la nivel global de un total de 1,2 miliarde de oi. Fiecare oaie produce cam 4,5 kilograme de lână pe an. Asta

înseamnă, în mare, un pulover de lână pe an, de persoană, pentru fiecare om de pe planetă. Alte tipuri de lână sunt caşmirul şi mohairul, care provin de la capre, şi alpacaua, un material lânos similar. Cu toate acestea, lâna este un alt material controversat. Ca urmare a descreşterii cererii de lână şi a creşterii folosirii fibrelor sinte-

tice, în anii 1970 cercetarea pentru o tehnologie a lânii care ar fi putut să o facă mai uşor de spălat şi chiar rezistentă la uscare artificială a dus la producţia de lână tratată în băi de acid şi la alte procese şi mai toxice.

Adepţii spun că lâna este o fibră total naturală, regenerabilă şi tinde să fie spălată mai puţin frecvent decât alte materiale, şi în plus izolează mai bine. Cu toate acestea, lâna vine de la oi, iar organizaţiile care protejează animalele şi cetăţenii preocupaţi de subiect sunt decişi să apere bunăstarea animalelor în acest proces, pe care îl numesc”lovirea şi călcarea”oilor. în al doilea rând, unii activişti de mediu au semnalat că folosirea oilor pentru lână contribuie la schimbarea climatică deoarece pun în pericol terenul, aerul şi sursele de apă.

Mătasea. Timp de sute de ani, mătasea a fost esenţială pentru o mulţime de articole de modă şi este adesea asociată cu luxul.

Acest fir delicat este folosit din timpuri străvechi. Mătasea este o fibră naturală, obţinută din firele viermilor de mătase, care poate fi ţesută ca material textil.

Este o resursă cu potenţial mare de regenerare şi este biodegradabilă atunci când îşi încheie ciclul de viaţă. Dar de când mătasea a devenit comercială, viermii de mătase care pe

vremuri se hrăneau doar cu frunze de dud, acum au nevoie de pesticide şi fertilizatori ca să crească. Producerea unei cantităţi mici de mătase cere resurse vaste, iar procesul de producţie poate fi foarte laborios. Există şi un element de cruzime în majoritatea proceselor de

obţinere a mătăsii, pentru că viermii sunt fierţi de vii în gogoşile lor. Dacă cumperi mătase de la un brand cunoscut, probabil că vine de la o fabrică din China. Dar există şi o”mătase obţinută fără violenţă”, un sortiment care permite moliei să eclozeze înainte de a se recolta gogoaşa şi care este fabricată după cele mai stricte standarde sociale şi de mediu, mai ales în India. Mătasea este o fibră frumoasă şi, dacă o întreţii bine, va dura mulţi ani. înlocuitorii ei sunt poliesterul şi vâscoza.

Microfibrele

Am vorbit despre microplastice în capitolul anterior, dar microfibrele din hainele noastre sunt cele mai răspândite şi conduc la distrugerea mediului înconjurător.

După cum am văzut, în ziua de azi materialele cel mai des folosite pentru haine sunt poliesterul sau nailonul, ceea ce în esenţă înseamnă plastic. Hainele noastre sunt fabricate din fibre micuţe de plastic, atât de subţiri că sunt practic invizibile cu ochiul liber, iar acestea se împrăştie de fiecare dată când purtăm, spălăm sau aruncăm o haină. O singură încărcătură de maşină de spălat poate elibera 700 000 de fibre în apa folosită, conform cercetătorilor de la Universitatea din Plymouth.

Microfibrele ajung în cele din urmă în oceanele noastre, prin apa uzată eliminată de maşinile de spălat.

Aici, sunt confundate cu mâncarea de vietăţile aflate la capătul de jos al lanţului trofic, de exemplu planctonul. Microfibrele sunt mâncate de către plancton, care apoi este mâncat de peşti mici şi apoi de peştii mai mari, şi aşa intră în lanţul trofic şi ajung la peşti şi mai mari şi, în cele din urmă, în corpurile noastre, dacă mâncăm peşte. Deşi o mare parte din plastic este găsită în intestinele peştilor, şi astfel este înlăturată înainte de gătire, unele studii au demonstrat că microplasticele, în special cele la nanoscală, trec din intestine în carne (iar noi mâncăm întregi unele crustacee şi peşti mici). în 2011, în râul Clyde din Scoţia, s-a descoperit că 83% dintre creveţii din golful Dublin, ale căror cozi sunt folosite pentru scampi (adică langustine prăjite), ingeraseră micro- plastice; şi la fel făcuseră 63% dintre creveţii de nisip testaţi de partea cealaltă a Canalului şi pe partea sudică a Mării Nordului.

Pentru a preveni ca microfibrele să mai ajungă în oceane, poţi să cumperi sacoşe Guppy. Acestea sunt sacoşe asemănătoare cu o sită în care îţi pui hainele înainte de a le băga în maşina de spălat. Sacoşa prinde miile de microfibre în timp ce îţi speli hainele şi îţi permite să le arunci apoi, responsabil, la gunoi.

„Mă frustrează că 90% din problemele de mediu menţionate în legătură cu moda sunt marketing.”

Stella McCartney

Se schimbă industria modei?

Zeci de ani am văzut cum aceleaşi branduri domină piaţa modei şi la fel de mult timp reprezentanţii lor au vorbit despre o „dorinţă” de schimbare, de colaborări mai bune, folosind în acelaşi timp cuvântul „eco” ca pe o minunată oportunitate de PR. Dar sustenabilitatea se află pe agenda publică globală de atât de mult timp, încât ritmul în care industria modei este dispusă să ajute oamenii şi planeta este pur şi simplu insuficient. Industria modei are nevoie de lideri responsabili, care să mobilizeze sistemul să schimbe felul în care produce, marketează şi consumă modă. Trebuie să-şi asume responsabilitatea experţii în sustenabilitate, decidenţii din lumea modei, directorii de multinaţionale şi influencerii. Ei trebuie să dea dovadă de inventivitate şi să facă lumea un loc mai bun.

La nivel individual, companiile mai mari sunt în general pro-active şi deschise la ideea de sustenabilitate, dar luate împreună lucrurile nu stau deloc bine. Sectorul privat nu este obişnuit să colaboreze, deoarece instinctul firesc al pieţei este către competiţie; cu toate acestea nu este în regulă ca numai câteva branduri mari să deschidă calea către lanţuri de aprovizionare mai etice, sau ca numai brandurile mici, aflate la început de drum, să facă lucrurile aşa cum trebuie. Lupta pentru sustenabilitate trebuie să însemne colaborare la nivelul întregii industrii. Iar industria modei are nevoie de informaţie colectivă, fără ca ea să tulbure economia mondială.

Brandurile au puterea de a genera schimbări pozitive

prin cercetarea şi dezvoltarea unor materiale noi, prin sisteme şi servicii care implică un proces de producţie mai responsabil. Dacă privim sustenabilitatea din perspectiva unui designer, cei care creează sunt cei care hotărăsc ce este la modă. Designerii fac produse nemaipomenite, aşa că hai să abordăm termenul „sustenabil” chiar de la început, astfel încât să nu mai fie o excepţie, ci să devină normalitate în design. Oferta poate fi declanşatorul cererii, dacă se schimbă sistemul.

Ca răspuns la pasiunea generaţiilor mai tinere pentru cauze sociale şi de mediu, brandurile au devenit mai atente la aceste subiecte, pentru a-şi atrage consumatorii. De la lansarea unor campanii de conştientizare şi a garderobelor de bază (garderobe capsulă), brandurile mai mari recunosc nevoia de schimbare, dar cât de mult sunt dispuse să o implementeze?

Spălarea verde – falsul activism de mediu

Spălarea verde înseamnă să faci o afirmaţie nefondată sau înşelătoare despre beneficiile de mediu ale unui produs. în lumea modei, spălarea verde a devenit o practică comună, cu PR înşelător şi marketing care face afirmaţii nefondate despre beneficiile asupra mediului pe care le-ar avea unele haine şi accesorii. Totul doar ca să creeze impresia că acele branduri sunt prietenoase cu mediul. Există o mulţime de companii care exagerează beneficiile etice şi de mediu ale unor noi colecţii de haine şi accesorii. Doar pentru că o firmă îşi îmbunătăţeşte „recomandările” cu privire la

sustenabilitate nu înseamnă că a şi implementat vreo schimbare în sistemul său. Detaliile despre cât de transparente sunt aceste branduri reprezintă cheia – nu este destul să spună că „sunt conştiente”. Dacă brandul nu spune clar care este sursa materialelor pe care le foloseşte, cum lucrează cu muncitorii săi sau cum se achită de alte îndatoriri sociale, atunci este foarte probabil ca ceva sau cineva să fi fost exploatat pentru realizarea produselor sale. Fii curios şi, din poziţia de consumator, fa o cercetare.

Consecinţele spălării verzi sunt nu numai dezinformarea consumatorilor cu privire la ceea ce cumpără, ci şi crearea unor condiţii de piaţă necinstite faţă de brandurile care investesc într-un proces de producţie responsabil şi transparent. Acestea sunt de obicei branduri mici, care acceptă provocările actuale şi îşi asumă, bineînţeles, costuri mai mari în numele eticii*

Demontarea unui mit: hainele făcute din plastic reciclat sunt un lucru bun pentru mediu

Observăm o creştere bruscă a numărului de haine realizate din plastic reciclat, cum ar fi echipamentul sportiv sau echipamentele pentru înot. Este uimitor să vezi că brandurile au iniţiativă, dar este important să priveşti şi cealaltă parte a poveştii. Când vorbim despre ameninţarea invizibilă a spălării microplasticelor în mări şi felul în care afectează ele lanţul alimentar, aşa cum am explicat mai sus, plasticul reciclat contribuie în

continuare la această problemă, nu o reduce.

Hainele realizate din plastic reciclat doar umplu un gol, nu rezolvă problema. Deşi reciclarea plasticului sub formă de haine este un efort bun în promovarea economiei circulare, nu este în niciun caz o soluţie. De fapt, ar trebui să ne întrebăm cum am putea elimina complet nevoia de plastic în cazul hainelor.

Materiale textile noi pentru un nou ideal

Materialele textile sustenabile pot fi definite drept acele materiale care nu epuizează resursele regenerabile şi, datorită ştiinţei şi tehnologiei moderne, există în lume designeri care dezvoltă materiale ce nu poluează mediul nici în timpul, nici după procesul de fabricare. Iată câteva alternative viabile la normele industriei modei, alternative care au nevoie de puţin ajutor ca să devină ceva obişnuit.

Ţesătura din ananas

Firma londoneză Ananas Anam a dezvoltat o alternativă vegană pentru piele, obţinută din frunze de ananas, cunoscută drept Pinatex. Frunzele de ananas folosite sunt rezultate din recoltarea ananasului în Filipine şi sunt procesate printr-o metodă numită „decorticare”, o metodă care în esenţă extrage fibrele folositoare din frunze. Fibrele trec apoi printr-un proces industrial ca

să devină fibre textile neţesute, rezistente, dar moi şi flexibile.

Ca un adaos la valorile de mediu fundamentale ale Pina- texului, ce rămâne în urma procesului de producţie este biomasă, transformată apoi în îngrăşământ organic sau bio-gaz folosit de comunităţile de fermieri. Astfel, ciclul producerii materialului se închide şi este promovată sustenabilitatea economică şi socială a satelor din zonă.

Fibrele din zat de cafea

Cei mai mulţi băutori de cafea şi marile lanţuri de cafenele pur şi simplu aruncă zaţul rezultat de la cafeaua de dimineaţă. Dar o firmă de textile din Taiwan a descoperit că zaţul de cafea conţine un material brut important, din care se poate face fibră de cafea. Printr-o tehnologie folosită în mod normal pentru transformarea bambusului în vâscoză, zaţul de cafea combinat cu o cantitate mică de polimeri poate fi tras în fire din care se pot face o mulţime de produse, de la haine de stradă, la lucruri pentru casă. Ţesătura de cafea se usucă repede şi ţine departe mirosurile neplăcute.

Chitosanul sau fibra din chitină (în esenţă, cochilii de crustacee)

Proiectat de fabrici din Germania, probabil una dintre cele mai demne de reţinut alternative, chitina se înrudeşte cu celuloza, dar este o substanţă tare, semi-transparentă, care se găseşte în învelişul cochiliilor de

crustacee, cum sunt crabii şi homarii. Aceasta este amestecată cu vâscoză pentru a obţine materiale hipoalergenice şibiodegradabile.

Pielea de somon

La capitolul ciudăţenii intră şi pielea de somon. Este un produs rezultat din procesarea peştelui, adică un material care altfel ar fi aruncat. Acest material este dur şi rezistent şi are un miros ce îţi aminteşte de mare (nu te speria, nu miroase a peşte, ci mai degrabă are un uşor miros de pământ). Pielea de somon este perfectă pentru pantofi şi accesorii.

Ce anume ne va face să ne schimbăm?

Există o diferenţă mare între ceea ce spun consumatorii şi modul în care se comportă. Consumatorii *spun* că vor mai multe haine sustenabile, dar continuă *să cumpere,* în mare parte, modă rapidă, neetică. Dacă sustenabilitatea chiar este pe val, cea mai grea întrebare este de ce nu cumpără oamenii haine produse în acord cu principiile morale?

Un răspuns ar fi lipsa accesibilităţii lor. Consumatorii care vor mai multe bunuri sustenabile constată că acestea nu se prea găsesc pe piaţă. în plus, banii şi preţul acestor haine este adesea un factor hotărâtor pentru consumatori şi le cam schimbă oamenilor gândul de a face ceea ce trebuie. întrebarea este dacă consumatorul nu vrea sau nu-şi permite să plătească

mai mult pentru haine sustenabile. Din ce motiv optează pentru modă rapidă? Ideea potrivit căreia consumatorul ar trebui să plătească mai mult pentru produse sustenabile creează o situaţie fără ieşire pentru branduri, care consideră că acest consumator care a evoluat în ultimii zece ani este cel mai informat, dar că n-ar trebui să fie responsabilitatea lor să plătească mai mult de dragul eticii. Aşa cum a notat directorul de sustenabilitate de la Marks & Spencer, la Summitul pentru Modă Sustenabilă de la Copenhaga, din 2019: „Responsabilitatea rezolvării problemei ar trebui să fie a brandurilor care gestionează lanţul de producţie ascuns.” Asta se va întâmpla numai când brandurile vor recunoaşte că s-au îmbogăţit de pe urma exploatării, dar se vor angaja să devină responsabile şi transparente de aici înainte.

Un alt aspect este dacă utilizatorii vor înţelege că vor face o investiţie mai bună, aproape că li s-ar putea garanta că vor investi în haine rezistente, de calitate, pe care le vor putea folosi mult mai mult timp, şi care vor avea un impact pozitiv asupra mediului. Provocarea este ca, în timp ce aşteptăm ca brandurile să facă din sustenabilitate o uzanţă, noi consumatorii să facem mai multe alegeri sustenabile. Dacă brandurile şi corporaţiile nu se vor mişca mai repede, trebuie să ne punem întrebarea: „Chiar le pasă?”

Numai tu poţi răspunde. Dar dacă îţi pasă, hai să începem a patra revoluţie, o combinaţie de tehnologii care schimbă modul în care trăim, muncim şi interacţionăm. Tema comună a tuturor revoluţiilor industriale de până acum a fost inventarea unei

tehnologii care a schimbat fundamental societatea. Prima Revoluţie Industrială din Marea Britanie a fost declanşată de inventarea motorului cu aburi; a Doua a fost în mare caracterizată de industriile de masă precum oţelul, petrolul şi electricitatea; iar a Treia se spune că are loc în sfera digitală, ca rezultat al inventării computerelor personale şi a internetului.

A Patra Revoluţie este o oportunitate – susţinută de tehnologie – să recunoaştem şi să folosim noul ca să creăm o schimbare incluzivă. Poţi să începi declanşarea celei de-a patra revoluţii exercitându-ţi puterea de vot, cheltuindu-ţi banii şi consumând cât mai conştient posibil.

închirierea – sfârşitul proprietăţii?

Pentru mai multe categorii, consumatorii au arătat că doresc să schimbe obiceiul de a fi proprietari cu modalităţi mai noi de a folosi un produs. De când au apărut platformele de ride-sharing, cum este Uber, de închiriere a caselor, prin Airbnb, şi Netflix, care a înlocuit magazinele video, a avut loc o schimbare fundamentală în comportamentul consumatorului, schimbare care ne aşteptăm să aibă un efect simţitor (în viitorul apropiat) pentru afacerile cu haine. Platformele pentru închiriat haine fac trecerea către o economie a folosirii în comun a acestora. închirierea încurajează, de asemenea, consumatorii să citească descrierile, să verifice mărimile şi să-şi facă mai atent cumpărăturile, în loc să favorizeze această cultură de tip „cumpără

acum, returnează gratuit”, care are o amprentă de carbon uriaşă.

închirierea hainelor a fost o afacere de nişă, folosită numai pentru îmbrăcămintea de ocazie. în prezent, serviciile de închiriere revoluţionează lumea modei într-un fel nemaivăzut, cu scopul de a prelungi viaţa hainelor – în special pe a celor de lux. Una din şapte persoane consideră o greşeală de stil să fii fotografiat de două ori în aceeaşi ţinută.

Această obişnuinţă trebuie însă să evolueze, pentru că în acest moment cererea depăşeşte oferta şi este mult mai uşor să închiriezi, dacă eşti o persoană care poartă mărimi mici şi trăieşti într-un oraş mare, mai ales în Statele Unite şi Europa. Dar în China, YCloset are o abordare diferită. Foloseşte un model de închiriere prin subscripţii, care le oferă clienţilor acces la o mulţime de haine şi accesorii incluse în tarif. Dacă un client decide că îi place o anumită haină, are şi opţiunea să o cumpere. Indiferent care va fi modelul afacerii de închiriere în următorii zece ani, din punctul de vedere al sustenabilităţii se dovedeşte că nu are niciun rost să umplem gropile de gunoi în fiecare an cu haine aruncate.

„Viitorul modei stă în responsabilitate.”

Wilson Oryema

Care este viitorul modei?

Cartea mea nu poate prezice exact ce se va întâmpla în viitor cu moda, dar iată câteva idei despre cum ar putea arăta direcţia cea bună pentru brandurile care îşi doresc o industrie a modei mai sustenabilă:

- Asumarea responsabilităţii pentru întregul lanţ de producţie. Asta începe de la creşterea materiei prime din care se fac ţesăturile, continuă cu producţia materialului textil şi, în cele din urmă, condiţii de muncă mai bune pentru muncitorii care confecţionează hainele, indiferent în ce colţ de lume trăiesc ei.
- Folosirea indexului Higg: un instrument nou, creat de Coaliţia pentru îmbrăcăminte Sustenabilă şi lansat pentru a standardiza felul în care companiile de îmbrăcăminte pot măsura impactul pe care îl are lanţul lor de producţie.
- Alegerea mai multor metode responsabile de producţie, de la bumbac organic, crescut fără pesticide, la vopsirea ţesăturilor şi a pielii cu pigmenţi vegetali, în loc de substanţe chimice toxice.
- Sistem de producţie transparent pentru consumatori. Oferă cumpărătorilor acces la informaţie, astfel încât să poată urmări cum sunt produse hainele lor. Faptul că nu cunoaştem realitatea despre ce înseamnă producerea hainelor noastre este unul dintre motivele pentru care cumpărăm mai mult, întrucât nu ne gândim la această problemă.

- Comercianţii online trebuie să fie mai atenţi la ambalajele pe care le folosesc şi la amprenta de carbon. Nu mai împacheta lucrurile în cutii supradimensionate, cu hârtie şi resturi inutile. Regândeşte designul şi mărimea ambalajului, precum şi materialul din care este făcut. Există deja inovaţii incredibile, de la plicuri din trestie de zahăr, la cutii biode- gradabile.
- Nu mai crea 52 de sezoane pe an. în locul lor, urmăreşte cele patru anotimpuri convenţionale pe care omenirea le cunoaşte dintotdeauna: toamnă, iarnă, primăvară şi vară.
- Designerii pot da tonul a ceea ce este cool, proiectând mai multe articole care nu se demodează.
- Foloseşte în mod creativ stocurile rămase. Presa a dezvăluit că brandurile ard articole vestimentare noi – pentru Dumnezeu, nu arunca la gunoi hainele noi. în condiţiile actuale de tensiuni politice şi condiţii nesigure pentru comerţ, companiile ar trebui să caute noi oportunităţi de a-şi vinde stocurile rămase în afara pieţelor tradiţionale din Regatul Unit şi Europa.
- Brandurile care au profituri pot fi generoase cu societatea, pot susţine organizaţii caritabile şi iniţiative de mediu.

Trecerea la practici mai sustenabile poate fi dureroasă, la început, dar, hei, nu vom mai avea nimic de cumpărat dacă nu vom mai avea o planetă!

Eroii modei

După ce am realizat care este rolul brandurilor de modă în protejarea şi optimizarea resurselor finite ale planetei, observăm că există unii lideri în modă care îşi inspiră propriile companii să integreze sustenabilitatea în modelul lor de afaceri. în acest moment, există eroi ai modei care înţeleg că valorile şi scopurile sociale trebuie incluse în etica companiei. La celălalt capăt al spectrului de valori se află companiile care decid să stea liniştite şi să aştepte să vadă dacă se pot face afaceri în mod sustenabil, înainte să implementeze vreo schimbare progresistă. Această situaţie creează inegalităţi în defavoarea afacerilor care aleg să deschidă calea, dar cele care o fac atrag cei mai buni profesionişti din industrie şi îşi creează un nou fel de relaţie cu clienţii lor. Desigur, brandurile consacrate şi designerii de succes pot, până la un punct, să taxeze pe măsură fiecare schimbare pe care o fac, datorită politicii lor obişnuite de preţ, în timp ce brandurile dominante insistă că preţul scăzut, accesibil publicului larg, este ceea ce le dă un avantaj în competiţie. Dar multe dintre aceste firme sunt corporaţii de milioane de lire, care ar putea foarte uşor să folosească o parte din profit ca să cerceteze ce se întâmplă de-a lungul procesului lor de producţie, să asigure transparenţa şi să înceapă să identifice următorii paşi necesari pentru evoluţia către un mod de lucru mai sustenabil. Cu toate acestea, lucrurile se vor schimba numai atunci când consumatorii vor începe să pună presiune pe brandurile dominante, ca să se alinieze la felul în care evoluează lumea.

în cele din urmă, există start-up-uri curajoase, branduri care sunt sustenabile de la început, cum sunt VEJA, Reformation sau PANGAIA. Astfel de branduri s-au abţinut să producă şi să vândă până nu şi-au pus la punct lanţul de producţie.

Iată câţiva designeri reprezentativi, care au făcut un pas în faţă şi conduc industria modei către un viitor mai verde:

Katharine Hamnett

Nimeni nu este mai experimentat şi mai avizat să vorbească despre industria modei decât primul activist eco al acestui domeniu. După ce la început a avut un parcurs strălucitor în lumea modei, cu un brand care a fost cândva foarte comercial, Katharine Hamnett a avut la un moment dat o revelaţie referitoare la ceea ce este corect să facă. Abandonând fastul, a pornit într-o călătorie de zeci de ani ca să-şi facă sustenabil nu doar propriul brand, ci şi ca să revoluţioneze întreaga industrie a modei şi să o determine să devină mai responsabilă pentru acţiunile sale.

Stella McCartney

Vegetariană pe tot parcursul vieţii şi activist vocal pentru drepturile animalelor, Stella a hotărât chiar de când şi-a creat propriul brand să nu folosească piele, blană sau pene în modelele sale. Din anii 1990, ea a lucrat cu mătase de păianjen, piele de ciupercă şi plastic reciclat provenit din ocean şi nu a făcut niciodată niciun compromis. Ea şi brandul ei reprezintă modul în care vor arăta viitoarele companii sustenabile.

Sébastien Kopp şi François-Ghislain Morillion

Cofondatori ai *VEJA,* aceşti doi oameni au luat cu asalt piaţa de încălţăminte sportivă. Aruncă o privire pe stradă şi vei observa oameni încălţaţi în pantofi marcaţi cu un V de la VEJA. De ce? Cei doi au atins o coardă sensibilă a publicului, nu doar pentru că se concentrează pe transparenţă, responsabilitate pentru mediu, comerţ cinstit şi dreptate socială pe parcursul lanţului lor de producţie, ci şi pentru că pantofii lor au un design ingenios. Fiecare pas al procesului de producţie este unic; de la cauciucul natural din Amazonia folosit pentru tălpi, la bumbacul organic provenit din comerţ cinstit, sticle de plastic reciclate, piele de peşte reciclată şi materiale noi, realizate din resturi de porumb. Rezultatul este că au construit o afacere de milioane de dolari, care demonstrează că stilul şi etica sunt o combinaţie de succes.

Livia Firth

Livia, împreună cu fratele ei Nicola Giuggioli, au fondat *Eco-Age,* o companie de consultanţă cu sediul în Regatul Unit, care ajută brandurile să dezvolte lanţuri de producţie etice şi sustenabile. S-a afirmat puternic ca activist de mediu şi a convins nume mari din lumea celebrităţilor să i se alăture în provocarea Covorul Verde, încurajând starurile să poarte rochii eco la galele din toată lumea şi aruncând o lumină puternică asupra adevăratelor costuri ale modei.

Vivienne Westwood

„Cumpără mai puţin, alege bine, fa-l să dureze” sunt cuvintele pentru care Vivienne Westwood a devenit faimoasă. De-a lungul carierei sale, designerul punk-rock a continuat să prezinte colecţii-protest, cu mesaje climatice puternice. Paradele ei seamănă cu o acţiune de protest, a colaborat cu Greenpeace în numeroase ocazii şi a publicat „Fă-ţi o viaţă: Jurnalele lui Vivienne Westwood”, o carte în care discută despre soluţiile ei la problemele lumii. Vivienne este o adevărată vizionară.

Ce avem de învăţat de la aceşti eroi ai modei este că nimic nu este niciodată perfect; pur şi simplu trebuie să începem de undeva şi să continuăm călătoria împreună.

Clima se schimbă – poţi s-o faci şi tu

în ceea ce priveşte produsele industriilor despre care vorbesc în această carte, banii tăi deţin puterea. Iată câteva lucruri pe care le poţi face pentru a avea o garderobă mai sustenabilă:

Cea mai bună soluţie este ca tu, consumatorul, să cumperi mai atent şi să cumperi mai puţin.

Să cumperi mai atent înseamnă să fii conştient de lucrurile pe care le cumperi din momentul în care începi să-ţi construieşti garderoba de bază.

Alege lucruri de calitate, care nu se demodează, nu

lucruri ieftine şi la modă.

Cumpără de la designeri locali, oricând poţi.

Moda vintage este dovada că o haină poate dura mulţi ani, dacă a fost produsă cu grijă, din materiale de calitate. Şi te vei bucura şi de plăcerea unei afaceri bune.

Citeşte etichetele hainelor şi, când este posibil, alege obiecte din materiale mai naturale, cu mai puţine fibre sintetice. Preferă hainele realizate din materiale care nu sunt de origine animală. Caută alternative vegetale pentru piele, cum ar fi ananasul, ciupercile şi algele.

Acceptă „Provocarea celor 30 de purtări” o mişcare globală inventată de Livia Firth, de la Eco-Age. Ideea este să îţi pui întrebarea: „Voi purta măcar de 30 de ori această haină?” Dacă răspunsul este da, cumpăr-o. Dacă nu, nu cumpăra acel articol. Te va surprinde cât de des răspunsul va fi nu.

Spală-ţi hainele mai rar. Bineînţeles, spală-ţi lenjeria şi toate hainele mulate care ar putea reţine mirosurile corporale. Dar adevărul este că majoritatea hainelor nu trebuie spălate chiar de fiecare dată. Jeanşii, de exemplu: producătorii te sfătuiesc să nu-i speli după fiecare purtare.

Spală mai inteligent. Asigură-te că porneşti maşina de spălat numai când este complet încărcată; nu trebuie să risipeşti atâţia litri de apă pentru o singură haină. Spală

la temperaturi reduse, preferabil la 30 de grade Celsius sau mai puţin. Nu uita să foloseşti sacoşa Guppy când speli, pentru a evita ca microfibrele să ajungă în canale şi oceane.

Alege-ţi atent materialele. Aproape toate hainele pe care le cumperi provin din patru surse: plante, copaci, animale, petrol (sau o combinaţie între ele). Ceea ce trebuie să cauţi sunt ţesăturile naturale, organice, precum bumbacul, cânepa, inul etc. Organic înseamnă mai puţină apă şi mai puţine pesticide folosite şi condiţii de producţie mai sigure pentru muncitori.

Reciclează-ţi hainele vechi. Mai puţin de 1% din haine ajunge să fie reciclat în ceva nou, aşa că o alegere inteligentă în ceea ce priveşte reciclarea hainelor tale vechi poate face o mare diferenţă. Donează la magazinele de caritate locale, dar ţine minte că hainele trebuie să fie curate şi purtabile. întreabă-te dacă ai cumpăra acea haină dacă ai vedea-o într-un magazin caritabil. Dacă răspunsul este nu, atunci trebuie să duci haina la reciclat, la centrul pe care ţi-l pun la dispoziţie autorităţile locale. Cel mai bine informează-te la consiliul local care sunt politicile adoptate.

Caută afaceri sau iniţiative locale care promovează circulari- tatea, cum ar fi sisteme de returnare, soluţii de reparare şi reciclare, sau reutilizare creativă care dă o altă întrebuinţare hainelor.

Schimbă obiceiul de a deţine anumite modele şi

închiriază haine. Ai un eveniment special la care trebuie să participi sau te plictiseşti repede de garderoba ta? începe să închiriezi. închiriază-ţi haine de pe site-uri cum sunt: Rent the Runway, HURR Collec- tive, Front Row.

Nu te lăsa păcălit de brandurile dominante care se reped să adopte moda sustenabilităţii. S-ar putea să pară că spun tot ce trebuie ca să bifeze câteva aspecte, dar să ignore probleme-cheie şi să nu aplice, de fapt, valori sustenabile. Cercetează şi dacă o campanie arată suspect, există o mulţine de alte branduri sustenabile care lucrează împreună cu comunităţile locale şi produc haine etice pe care le poţi cumpăra.

Citeşte nişte cărţi care te vor face să deteşti moda rapidă:

- Aş *muri pentru: Este adevărat că Moda uzează Lumea?* de Lucy Siegle
- *Criza garderobei: Cum am ajuns de la hainele de duminică la moda rapidă* de Clare Press
- *Oraşul modei: Preţul modei rapide şi viitorul hainelor* de Dana Thomas

Continuă să te informezi şi urmăreşte documentare de modă cum ar fi:

- *Preţul adevărat*
- *Stacey Dooley investighează: Secretele murdare ale modei*
- *RiverBlue*
- *Alex James: încetinirea modei rapide*

- *Albastru de China*
- *Următorul Negru*

Fiecare bucăţică de mâncare contează

„Cea mai mare şansă de a repara sistemul alimentar este ca oamenii să ştie şi să le pese de modul în care este produsă mâncarea lor.”

Bruce Goldstein, Farmworker Justice

Devino vegan. Sfârşitul capitolului.

Veganismul este probabil ceea ce se aşteaptă cei mai mulţi dintre voi să susţin într-o astfel de carte. Aş vrea să subliniez că, din punct de vedere al bunăstării animalelor, să devii vegan este o opţiune corectă faţă de planetă. Restul argumentelor şi cercetarea asupra sistemului nostru alimentar nu este legat doar de climă, ci şi de oameni şi economie, pentru că se întrepătrund şi discuţia este de fapt mult mai amplă. Pământul este un ecosistem extraordinar de complex şi o soluţie generalistă riscă să dea greş.

Mâncarea este una dintre cele mai importante

industrii ale omenirii: fiecare fiinţă care trăieşte pe planetă depinde de ea. Mâncarea este, de asemenea, o parte emoţională a vieţilor noastre: brunch-ul de duminică, cina cu familia şi prietenii, gătitul – toate sunt motive de socializare şi sărbătoare. Toţi împărtăşim acest lucru care poate avea un impact semnificativ asupra schimbării climatice: hrana pe care o consumăm. Dar ceea ce consumăm a declanşat acum o criză globală a sănătăţii şi a mediului. De ce? Pentru că producerea mâncării noastre şi obiceiurile de consum au devenit declanşatori importanţi pentru schimbarea climatică, problema apei, ocuparea terenurilor, pierderea biodiversităţii, eroziunea solului, despăduriri şi epuizarea bazinelor de pescuit. A devenit evident că planeta nu ne poate susţine obiceiurile de hrănire actuale şi va trebui să facem rapid o schimbare fundamentală.

Ce fel de dietă ţi s-ar potrivi?

Cei mai mulţi activişti de mediu îţi vor spune că unul dintre cele mai bune moduri prin care îţi poţi reduce amprenta de carbon şi poţi ajuta planeta este să devii vegan, dar s-ar putea ca asta să ţi se pară dificil. Dacă eşti tentat să sari peste acest capitol pentru că te enervează veganii (sau pur şi simplu cuvântul în sine), nu te stresa, scopul nu este să te convertească. Da, voi discuta în detaliu despre veganism, iar din perspectiva drepturilor animalelor este bine să fii vegan. Există anumite costuri referitoare la pământul folosit pentru

fermele de animale şi emisiile lor incredibil de dăunătoare, dar este important să luăm în calcul faptul că milioane de oameni depind financiar de această industrie sau pur şi simplu mănâncă carne pentru că aşa este poziţionarea lor geografică şi nu prea au alternative. Nu este realist să te aştepţi ca toată lumea să devină imediat vegană în numele protecţiei mediului, dar cum ar fi să devină vegetarieni?

Semi-vegetarieni? Consumatori de peşte *(pescetarieni)?* Şi lista poate continua. Dar ce înseamnă, de fapt?

DIFERITELE TIPURI DE DIETĂ INCLUD:

Omnivor. Persoană care mănâncă peşte, carne, lactate şi alimente vegetale.

Semi-vegetarian. Persoană care are o dietă în principal vege- tariană, dar ocazional mănâncă peşte sau carne.

„Pescetarian”. Persoană care are o dietă bazată pe plante şi peşte, ce include şi lactate, ouă, miere şi alte produse de origine animală care nu presupun uciderea animalului.

Vegetarian. Persoană care are o dietă bazată pe plante, care include şi lactate, ouă, miere şi alte produse de origine animală ce nu presupun uciderea animalului.

Vegan. Persoană care are o dietă bazată pe plante, fără mâncăruri de origine animală (lactate, ouă, miere).

O imagine de ansamblu asupra mâncării

Tendinţele vin şi pleacă în funcţie de ultima nebunie în domeniul sănătăţii şi a afirmaţiilor influencerilor, dar discuţia despre climă şi hrană depăşeşte problema consumului de carne şi a drepturilor animalelor.

Reconsiderarea dietei tale este unul dintre cele mai simple moduri în care poţi ajuta planeta. în discuţiile despre hrană ar trebui să primeze stabilirea alimentelor consumate astfel încât să reducem efectul devastator asupra mediului, frecvenţa bolilor de nutriţie şi menţinerea mijloacelor de trai.

Făcând mici ajustări în modul în care îţi alegi mâncarea de zi cu zi, poţi fi de ajutor în rezolvarea crizei climatice, începând de la ceea ce ai în farfurie şi făcând să conteze fiecare îmbucătură. Din fericire, acest capitol este una dintre cele mai optimiste părţi ale cărţii, întrucât sectorul alimentar reuşeşte – mai mult decât alte industrii – să facă produsele organice locale mai de dorit şi să le ataşeze un mesaj despre grija pentru propria persoană.

Ca să-ţi evaluezi relaţia cu mâncarea, ia în considerare următoarele două întrebări de bază:

1. Ştii de unde provine mâncarea ta (nu mă refer la raftul magazinului)?
2. înţelegi ce impact au asupra mediului mâncarea şi băutura ta?

Alimente: date concrete

- Este nevoie, în medie, de 272 de litri de apă ca să produci un singur avocado.
- 24 de milioane de felii de pâine sunt aruncate la gunoi în fiecare zi în Regatul Unit.
- Este înspăimântător câţi dovleci sunt risipiţi cu ocazia Halloween-ului, în Regatul Unit. în jur de 18 000 de tone de dovleac sunt aruncate la gunoi de oameni: echivalentul a 360 de milioane de porţii de plăcintă cu dovleac.
- Aproape 80% din terenul agricol al lumii este folosit pentru creşterea animalelor.
- Creşterea animalelor este responsabilă pentru 18% din emisiile de gaze de seră la nivel global, conform Organizaţiei pentru Alimentaţie şi Agricultură a ONU.
- Dacă risipa alimentară ar fi o ţară, ar fi al treilea cel mai mare poluator cu gaze de seră, după China şi Statele Unite.

- Mai mult de o treime din toată mâncarea produsă este aruncată, iar valoarea anuală a acesteia este de aproximativ un trilion de dolari.
- Lumea pierde mâncare în valoare de 400 de miliarde de dolari înainte ca aceasta să ajungă în magazine, din cauza lipsei infrastructurii frigorifice, a rutelor de transport şi a multor altor factori ineficienţi de pe parcursul reţelei de aprovizionare.
- O suprafaţă mai mare decât China este folosită zilnic pentru a cultiva hrană care nu va fi niciodată mâncată. Este nevoie de 25% din rezerva de apă

dulce a planetei pentru a cultiva alimentele pe care nu le folosim.

- în jur de 80% dintre cei mai săraci oameni din lume trăiesc în zone rurale, câştigându-şi existenţa (în mare parte) din agricultură. Agricultura este unul dintre cele mai puternice instrumente de creştere a veniturilor şi de scoatere a oamenilor, în special a femeilor, din sărăcie.
- Există peste 821 de milioane de oameni care sunt flămânzi în fiecare zi. Unul din nouă merge la culcare cu stomacul gol. Unul din trei suferă de malnutriţie. într-o lume în care producem suficiente alimente ca să hrănim pe toată lumea, eradicarea foametei este una dintre cele mai mari provocări ale vremurilor noastre. I-am putea hrăni pe toţi cu mai puţin de un sfert din mâncarea care este risipită în Statele Unite, Regatul Unit şi restul Europei.[1]

„O dietă vegană este probabil singurul mod de a-ţi reduce impactul asupra Pământului şi nu este vorba doar de gazele de seră, ci şi de acidifierea globală, eutrofizare, folosirea terenului şi a apei.”

Joseph Poore

Veganismul

Hai să vorbim despre acest cuvânt la modă: „veganism”. Mesajul unic al tuturor cercetărilor despre hrană este că mai multe dovezi ştiinţifice arată că dieta noastră este unul dintre cele mai uşoare moduri prin care putem influenţa în mod cert schimbările climatice. Adoptând o

dietă bazată mai mult pe plante, tu (ca individ) poţi reduce dramatic emisiile de gaze de seră, uzarea apei şi poţi influenţa o multitudine de alţi factori de mediu esenţiali. Aşa că, hai să vedem ce înseamnă o dietă vestică tipică şi care este efectul ei asupra mediului.

începând din secolul 20 şi până acum, producătorii au realizat că pot creşte găini, porci şi, recent, vite, în interior, hrănin- du-le cu cereale şi facăndu-le să se îngraşe mai repede. Creşterea animalelor a avut consecinţe îngrozitoare asupra mediului. Industria nu doar că a crescut nivelul de suferinţă a animalelor, îndepărtându-se de metodele tradiţionale ale fermierilor, ci a crescut şi dependenţa de resursele naturale.

Producţia cărnii la scară industrială este foarte Ineficientă, deoarece creşterea animalelor pentru consum presupune o suprafaţă mare de teren, hrană, energie şi apă. Este greu să separi statisticile şi măsurătorile care se referă la impactul agriculturii, fără să distingi între teren arabil şi fermă, sau între crescătorie industrială şi ferme mici. Dar oricum ar fi, cifrele referitoare la impactul pe care îl au asupra mediului metodele actuale de creştere a animalelor sunt cu adevărat îngrozitoare. De exemplu, ca să produci un kilogram de carne de vită este nevoie de 25 de kilograme de cereale pentru a hrăni animalul şi aproximativ 15 000 de litri de apă. Dacă toate cerealele folosite pentru animale ar fi folosite ca să hrănim oamenii, am putea da de mâncare la încă 3,5 miliarde de persoane.[2]

Nicăieri impactul emisiilor estimate asupra mediului

nu este atât de grav ca în cazul fermelor de animale. Raportul ONU arată că acestea sunt responsabile pentru 18% din emisiile de gaze de seră provocate de om, provenite atât de la animale, cât şi de la bălegarul pe care-l produc. Ca să punem lucrurile în context, este, în mare, echivalentul emisiilor fiecărei maşini, al fiecărui tren, vapor sau avion de pe planetă.

Vacile sunt principala problemă; ele eliberează metan prin „scăpările" lor – adică gaze şi râgâituri – şi prin bălegar. Metanul este de cel puţin 28 de ori mai distrugător decât dioxidul de carbon, când vorbim despre încălzirea atmosferei.[3] Deşi există dovezi semnificative că emisiile ridicate, mai ales de CO_2 şi metan, sunt asociate producţiei de carne, în Vest, oamenii încă iubesc carnea, iar în timp carnea s-a transformat din hrană de lux într-un produs pe care îl mâncăm de trei ori pe zi: la micul dejun, prânz şi cină.

Dimensiunea problemei poate fi observată şi dacă ne uităm la cât teren trebuie folosit: 30% din solul planetei este întrebuinţat pentru creşterea animalelor. Ca să obţinem această suprafaţă mare de teren necesar pentru creşterea animalelor, a fost nevoie de despăduriri, acapararea ilegală a terenurilor şi pierderea bio- diversităţii, deoarece am avut nevoie nu doar de locuri şi păşuni în care să trăiască animalele. Majoritatea fermelor nu trăiesc de pe urma păşunilor naturale, adică din păscutul ierbii; animalele din ferme au o dietă bazată pe cereale, care trebuie cultivate în alte părţi. Terenul folosit pentru cultivarea cerealelor cu care sunt hrănite animalele este irosit, întrucât ar putea fi folosit pentru a creşte cereale sau alte culturi cu care

ar putea fi hrăniţi oamenii. Ar fi şi mai cinstit din punct de vedere economic, deoarece hrănirea vitelor cu cereale creşte cererea globală şi duce la creşterea preţului, făcând deci mai grea viaţa celor săraci.

Ştiinţa vegană

Există un studiu-cheie care susţine veganismul. Condus de Joseph Poore, de la Universitatea Oxford, acest studiu cuprinzător asupra alimentelor a creat o bază de date uriaşă, care cuprinde informaţii de la 40 000 de ferme din 119 ţări şi acoperă 40 de produse alimentare, reprezentând 90% din alimentele pe care le consumăm. Acesta a evaluat impactul total al alimentelor consumate, de la fermă la furculiţă, ţinând cont de suprafaţa de teren folosită, de emisiile de gaze de seră, cantitatea de apă dulce folosită, poluarea apei şi a aerului. Din perspectivă globală, luând în calcul creşterea populaţiei şi creşterea nivelului de trai din unele ţări în curs de dezvoltare, cifrele sunt şocante. Studiul susţine că producţia de carne este responsabilă pentru 83% din terenul agricol din lume şi produce 58% din gazele de seră emise de industria alimentară, dar produce doar 18% din caloriile şi 37% din proteinele pe care le consumăm.[4]

Dezbaterea are două tabere

Nu-i de mirare că, atunci când studiul lui Poore a fost publicat, jurnaliştii şi toţi eco-influencerii au sărit asupra mesajului vegan, fără să ia în considerare celelalte probleme, cum ar fi sustenabilitatea sistemului

alimentar. Dezbaterea vegană a fost în oarecare măsură limitată şi dominată de cei cu foarte puţină experienţă în producţia de mâncare şi în ceea ce înseamnă siguranţa hranei, aşa că este important să privim ambele părţi ale controversei despre climă (din nou subliniez că, deşi din punct de vedere al bunăstării animalelor este inuman să mănânci orice animal sau produs de origine animală, problema climei cere o discuţie mai largă).

Studiul lui Poore sugerează că putem diminua gazele de seră cu până la 23% doar prin adoptarea unei diete vegane. Deci dieta vegană este probabil singura cea mai mare cale de a reduce impactul pe care îl ai asupra planetei şi are de departe un efect mai puternic decât să renunţi la zboruri sau să-ţi cumperi o maşină electrică, pentru că aceste două lucruri reduc doar emisiile de gaze de seră.

Dar a deveni vegan nu este pentru oricine. Mulţi dintre noi, cei care trăim în ţările vestice, am fost condiţionaţi de societate să credem că sursele de proteină de la fiecare masă trebuie să fie de origine animală. în Marea Britanie, din anii 1950 încoace, „carne şi două legume” a fost dieta de bază pentru mulţi şi fiecare responsabil cu aprovizionarea familiei a fost programat să creadă că fiecare fel de mâncare are nevoie de carne pentru a fi gustos şi hrănitor. Evident, pur şi simplu nu este adevărat, iar în ultimii zece ani, mesajul multor nutriţionişti a fost că o dietă bazată pe legume (fasole, mazăre şi linte) şi diverse vegetale poate fi la fel de hrănitoare. Dar avem nevoie de mai multă

educaţie referitoare la alegerile alimentare şi de o modificare în felul de a gândi a unei părţi mai mari din populaţie, ca să putem face o schimbare.

Invers, în ţările în curs de dezvoltare şi pentru oamenii săraci ai lumii, unde nu există alternative, mâncatul animalelor este pur şi simplu o chestiune de supravieţuire. Cercetarea este destul de tăcută cu privire la aspectele valorii nutritive a produselor animale pentru copiii din satele din Africa sau la beneficiile fermelor din Africa Subsahariană, unde pământul este prea uscat ca să crească mai multe culturi.

VEGANISMUL – DIETA PERFECTĂ?

Fără nicio urmă de îndoială, mişcarea vegană globală nu doar ne deschide ochii asupra impactului pe care consumul de carne îl are asupra mediului, ci scoate în evidenţă şi impactul pe care veganismul îl are asupra sănătăţii noastre.

în esenţă, sănătatea majorităţii populaţiei se duce naibii, în special America devine o ţară de bolnavi şi obezi. Consumul ridicat de carne, mai ales carne roşie şi carne procesată, este corelat cu numeroase boli precum cancerul, bolile de inimă şi diabetul. în locuri precum Statele Unite, industria creşterii animalelor se bazează mult şi pe antibiotice, ca să ţină infecţiile sub control, făcându-i astfel pe oameni mai rezistenţi faţă de anumite medicamente.

Dacă un lucru ne este benefic, bineînţeles că vom fi mai înclinaţi să acţionăm, iar doctorii sunt de acord că o dietă vegană poate fi o dietă sănătoasă. Dar nu este singura dietă posibilă, iar cei care urmează o dietă pur vegană trebuie să înţeleagă cum să se hrănească corespunzător şi să se asigure că, dacă este nevoie, iau suplimente, cum sunt vitamina Bl 2 sau anumiţi acizi graşi.

Veganismul este perceput de unii ca un mare moft, cu bloggeri care ajung celebri pentru că şi-au împărtăşit reţetele vegane, cu restaurante şi chioşcuri care prosperă de pe urma dietei vegane. Informaţiile disponibile despre o dietă vegană – sau despre cum să devii consumator de peşte sau să reduci consumul de carne – sunt surprinzătoare, dar ce alegi să bagi în corpul tău depinde, în cele din urmă, de tine şi de felul în care mâncarea te face să te simţi. Oricum, ar trebui să fim recunoscători internetului şi celor dispuşi să-şi împărtăşească ideile. Bogăţia de materiale vegane online îi poate ajuta pe indivizi să decidă în ce idei şi valori aleg să creadă. Mişcarea vegană nu este atrăgătoare doar pentru cei care vor să afle mai multe despre

drepturile animalelor, aceasta reprezintă şi un mijloc de a face oamenii să devină mai conştienţi cu privire la sănătate, stare de bine şi mediu.

Demontarea unui mit: dacă eşti vegan, nu înseamnă că dieta ta este complet sustenabilă

Motivul pentru care veganismul nu este neapărat recomandabil este că s-ar putea să mănânci soia din China sau ananas din Columbia, iar aceste ingrediente au o amprentă de carbon uriaşă. în Regatul Unit, vegetarianismul şi veganismul sunt din ce în ce mai populare, aşa că este din ce în ce mai importantă descoperirea unor surse alternative de proteine pentru a satisface cererea. Aceasta înseamnă, ca naţiune, că începem să experimentăm creşterea unor culturi noi, de exemplu să ne dăm seama cum să cultivăm la scară mai mare plante ca năutul, lintea şi fasolea, care de obicei sunt cultivate pe terenuri agricole, pentru consumul de masă. Mai trebuie să ne gândim cum să le facem să se adapteze la clima noastră, câtă vreme multe dintre aceste proteine nu pot rezista temperaturilor scăzute din Regatul Unit. Acumularea cunoştinţelor şi experimentele realizate pe culturi alternative vor fi cheia pentru populaţia noastră în creştere, în aceste vremuri afectate de schimbări climatice. Trebuie dezbătut faptul că o schimbare radicală prea rapidă către o dietă bazată pe plante are riscurile ei: nu numai că am putea eşua în atingerea scopurilor realiste, dar

am putea eşua în recunoaşterea şi adoptarea metodelor agricole prin care ar putea fi eliberate terenurile şi încurajată absorbţia carbonului, ar fi îmbunătăţită biodiversitatea şi susţinute veniturile oamenilor.

Rolul fermelor sustenabile

în prezent, dezbaterea pe tema dietei vegane este aprinsă, cu argumente de ambele părţi (care despart opinia publică), dar poate ar merita mai mult să discutăm despre agricultură suste- nabilă şi ferme organice. Acest tip de agricultură este o metodă de cultivare a pământului care răspunde nevoilor alimentare ale societăţii actuale, fără să compromită abilitatea generaţiilor viitoare de a-şi satisface nevoile.

Ca să poată face acest lucru, fermierii trebuie să folosească metode care să protejeze solul, să eficientizeze consumul de apă, să scadă gradul de poluare al fermelor şi să folosească mai eficient energia. Agricultura sustenabilă este folositoare şi pentru alţi participanţi la sistemul alimentar, de la comercianţi la consumatori, care pot susţine bunăstarea fermierilor, ambalarea mai responsabilă a produselor şi pot aprecia metodele ecologice (prietenoase cu mediul).

Agricultura organică poate fi uneori clasificată drept agricultură sustenabilă, dar ţine minte că produsele organice pot fi cultivate şi în ferme industriale mari, care nu sunt certificate.

Deşi concluzia studiului lui Poore este că evitarea consumului de produse animale are mai multe beneficii pentru mediu decât să încerci să cumperi carne şi

lactate produse ecologic, a reieşit şi că există o mulţime uriaşă de nuanţe între diferitele moduri de a produce acelaşi aliment. De exemplu, vitele crescute pe un teren defrişat produc de 12 ori mai multe emisii de gaze de seră, iar pentru ele este folosit un teren de 50 de ori mai mare decât pentru vitele care sunt crescute pe păşuni naturale.

Vânarea şi creşterea animalelor a fost dintotdeauna o parte din istoria omenirii, dar secolul 20 a însemnat aplicarea principiilor revoluţiei industriale în agricultură, în special în creşterea animalelor, iar dacă am face brusc trecerea către o cerere uriaşă de plante, care să acopere necesarul de proteine şi plante specifice, ar trebui să industrializăm şi această acţiune.

Apelurile celor din vest pentru trecerea completă la diete bazate pe plante sunt nechibzuite şi ar putea face mai mult rău decât bine, dacă ne concentrăm numai pe creşterea vitelor şi nu luăm în considerare sustenabilitatea tuturor alimentelor.

Decât să încurajăm oamenii să consume mai multe produse obţinute din soia crescută industrial, mălai şi cereale, ar trebui să încurajăm formele sustenabile de producere a cărnii şi lactatelor, bazate pe rotaţia tradiţională a culturilor şi conservarea păşunatului.

Rapoartele de la Comisia Interguvernamentală pentru Schimbări Climatice asupra folosirii terenurilor consideră, cu o atitudine imparţială, consumul de carne ca fiind doar unul dintre elementele agriculturii globale. Şi că există şi unele „beneficii şi oportunităţi în existenţa surselor de hrană de provenienţă animală adaptabile, sustenabile şi cu emisii scăzute de gaze de seră”.[5] Am

menţionat mai devreme câte implicaţii are producţia industrială de carne, şi nu este nicio îndoială că nu ar avea un impact foarte serios, dar cercetătorii şi activiştii pot face greşeala de a presupune că toată carnea, mai ales cea roşie, are acelaşi impact asupra mediului, indiferent de modul în care sunt crescute animalele.

în Regatul Unit, păşunile permanente acoperă 70% din terenul agricol, pe care nimic altceva n-ar putea creşte, aşa că solul devine o sursă de gaze de seră. Asta înseamnă că păşunile absorb CO_2 din atmosferă şi, pe măsură ce iarba creşte, carbonul este izolat în pământ, ca materie organică – şi cu cât terenul este mai intens folosit şi călcat de vite, cu atât mai mult carbon va absorbi. Această contradicţie oferă o perspectivă unică asupra economiei agricole a Regatului Unit. O mulţime de reportaje şi documentare sunt orientate către practicile creşterii animalelor în Statele Unite, în timp ce metodele de producţie din ţara mea sunt trecute cu vederea şi reputaţia lor este şi ea terfelită, odată cu cel mai extrem şi intensiv sistem de producere a cărnii din lume. Fără să fie nici pe departe cel mai bun – există industrializare a producerii cărnii şi în Marea Britanie modul de creştere a animalelor aplicat aici este unul dintre cele mai suste- nabile. De exemplu, 85% din apa consumată de oi şi de vite cade sub formă de ploaie pe păşuni, iar aceasta contribuie semnificativ la hrănirea lor – unele rapoarte susţin că în jur de 90%.

O abordare regenerativă

Abordarea regenerativă de creştere a animalelor se concentrează pe exploatarea solurilor care au fost

degradate de sistemul agricol industrial. Metodele sale promovează ecosisteme mai sănătoase prin reconstruirea materiei organice a solului apelând la agricultură holistică şi tehnici de păşunat. Definiţia exactă a agriculturii regenerative este destul de ambiguă, dar chiar în miezul ei există o oportunitate de inovare – promovarea economiei circulare şi, pe scurt, lăsarea naturii să-şi facă treaba.

Ar trebui să studiem etica acoperirii cererii de culturi, care duce la folosirea intensă a fertilizatorilor, fungicidelor, pestici- delor şi ierbicidelor, în loc să demonizăm formele sustenabile de creştere a animalelor, care pot reface solul şi bio diversitatea şi de asemenea pot izola carbonul.[6] Prin folosirea rotaţiei de la îngrăşământ vegetal la îngrăşământ animal, putem mări calitatea solului, ceea ce pe termen lung produce plante mai sănătoase, mai puţin expuse bolilor şi dăunătorilor – aspecte cruciale, dată fiind schimbarea climatică. Solurile cu nivel înalt de materie organică au o retenţie a apei mai bună, ceea ce este vital pentru reducerea riscului de inundaţii şi sprijinirea culturilor de a rezista în faţa secetei. Astfel de tehnici agricole pot de asemenea să restaureze biodiversitatea şi să permită vieţii sălbatice să înflorească din nou.[7]

Efectul secundar al veganismului la scară largă

Alt factor pe care trebuie să-l luăm în considerare: dacă toată lumea ar deveni vegană, ce s-ar întâmpla cu milioanele de oameni angajaţi în sectorul creşterii

animalelor şi ce efect ar avea o „epidemie” de veganism asupra economiei ţărilor? Din păcate, nu există un mod real de a monetiza faptul că nu mănânci animale. Potrivit Departamentului pentru Mediu, Hrană şi Afaceri Rurale, aproximativ 500 000 de oameni din Regatul Unit muncesc în ferme care se ocupă cu creşterea animalelor, majoritatea fiind concentrate în zone rurale. Peste 17 milioane de hectare de pe suprafaţa ţării sunt în acest moment teren agricol şi adăpostesc peste 10 milioane de vaci, 33 de milioane de oi, 5 milioane de porci şi aproape 173 de milioane de păsări de curte.

Nu putem evita faptul că, datorită populaţiei noastre omnivore, animalele produc profituri considerabile pentru economia britanică. Dacă toţi am deveni vegani, fermele mici ar fi cel mai rău lovite şi n-ar fi chiar atât de simplu ca toată lumea să treacă la creşterea culturilor de plante, în parte pentru că mediul rural britanic nu ar putea susţine acest lucru. în timp, am putea găsi o cale să înlocuim locurile de muncă ale celor angajaţi înainte în industria creşterii animalelor, care ar avea nevoie de asistenţă pentru a se recalifica profesional, prin subsidii, sau metode alternative de a folosi abilităţile oamenilor pentru a evita un potenţial impact negativ asupra biodiversităţii. Dar ar trebui să ne gândim foarte serios ce fel de plante chiar am putea cultiva în Regatul Unit, pentru a hrăni oamenii. Aici nu cresc destule legume şi nuci ca să poată susţine o dietă englezească echilibrată, fără carne.

Pentru a avea culturi arabile, ai nevoie de mult mai mult teren de o anumită calitate. în Regatul Unit, multe animale pasc pe păşuni care nu sunt potrivite pentru

culturi vegetale. Odată cu dispariţia fermelor, şi fără a mai creşte animale, mare parte din comunităţile rurale ar dispărea. Este nevoie de animale pentru ca zona rurală să funcţioneze, dar deocamdată fermierii ar putea încerca să micşoreze înmulţirea animalelor, ţinând cont de faptul că cererea de carne scade la nivel global. Sau ar putea să adopte metode mai sustenabile de producere a cărnii.

CUM STAU LUCRURILE CU CREŞTEREA GĂINILOR?

Discuţiile despre climă sunt adesea dominate de subiectele legate de vite, dar acum în Regatul Unit se consumă mai multă carne de pui decât de porc, miel şi vită la un loc, iar cu un an în urmă au fost crescuţi peste un miliard de pui. De la supermar- keturile mari la găleţile cu pui fript, sectorul avicol este presat de nevoia de a răspunde cererii crescute a populaţiei pentru proteină ieftină.

Ca rezultat, abatoare uriaşe şi ferme industriale lucrează la capacitate maximă, iar bunăstarea animalelor este un aspect secundar. Puii sunt văzuţi mai degrabă ca o marfă decât ca o specie vie, cu propriile nevoi, iar puii sunt crescuţi înăuntru, cu caracteristicile genetice modificate astfel încât în a 22-a zi de viaţă să arate ca un pui crescut complet şi după numai 44 de zile sunt trimişi la abator. Aceste fabrici au capacitatea de a tăia peste 30 000 de pui pe oră.

Timp de 40 de ani, Ferma Organică Daylesford din Gloucestershire a făcut lucrurile altfel. Fiind una dintre cele mai suste- nabile ferme din Regatul Unit şi-a impus să respecte cele mai înalte standarde etice şi de mediu.

J

Cei de la Daylesford nu sunt de acord cu creşterea intensivă a puilor. Drept rezultat, au amenajat propriile clocitori şi abatoare certificate de către Soil Association ca având standarde organice. Aceasta înseamnă că ei controlează întregul proces aplicat la fermă. Găinile depun ouăle care sunt incubate în propriile clocitori, ca să obţină pui organici (în acest moment mai există o singură altă companie în Regatul Unit care face acest lucru). Aşa cum fac cu celelalte animale ale lor, aleg rase cu creştere lentă, cu instinct natural către explorare, care se bucură de o dietă variată. După mai mult de 70 de zile, pasărea călătoreşte aproximativ 2 km până la abator, unde pe cât posibil operaţiunile sunt realizate manual.[8]

Cererea de carne de pui este uluitoare. Din acest motiv (în acest moment) este imposibil să produci destule păsări, în condiţii bune de creştere, cât să acoperi această cerere. Mai puţin de 5% din puii din Regatul Unit sunt crescuţi organic – motiv pentru care alegerile noastre contează atât de mult şi intenţia noastră de a ne reduce consumul de carne este vitală. Dacă decizi să mănânci pui sau orice alt fel de carne, tu, consumatorul, trebuie să te gândeşti cum a fost crescut animalul respectiv şi să faci alegerile în consecinţă.

Dar peştele?

Peştele, nu carnea, este singura sursă de proteină pentru mai mult de 3 miliarde de oameni din ţările în curs de dezvoltare. Organizaţia pentru Alimentaţie şi Agricultură a ONU a arătat într-un studiu cât de mult am început să ne bazăm pe fructele de mare ca sursă de proteină. Se estimează că înjur de 10-12% din populaţia globului se bazează pe pescării şi acvacultura ca să se

întreţină. Consumul de peşte pe persoană a crescut de la 10 kilograme în anii 1960 la peste 19 kilograme în 2012, iar producţia de fructe de mare creşte anual cu o rată de 3,2% – de două ori rata creşterii populaţiei.[9] De-a lungul lanţului de producţie, este obligatoriu să începem să protejăm habitatele marine, speciile care trăiesc în ele şi comunităţile care depind de fructele de mare prinse sau crescute cu impact minim asupra mediului.

Fără îndoială, este o provocare pentru întreaga lume să devină complet vegană şi încă nu cunoaştem toate implicaţiile pe care acest lucru l-ar avea asupra sănătăţii, dar se fac încercări pentru prevenirea lor. Consumatorii ca tine ar putea juca un rol uriaş în consolidarea pozitivă a unui nou sistem alimentar, cumpărând fructe şi legume produse local, pentru că aceasta este cea mai echilibrată opţiune. Schimbarea climatică este deosebit de importantă, dar la fel este şi supravieţuirea fiecărei persoane de pe Pământ, aşa că foloseşte-ţi puterea de cumpărare ca pe un mod de a susţine un sistem alimentar mai bun pentru tine, producători şi planetă.

Demontarea unui mit: fermele piscicole sunt prietenoase cu mediul

Avem această obsesie cu carnea de vită şi reducerea consumului de carne de vită, dar în ultimii 50 de ani rezervele de peşte sălbatic au scăzut cu 90% şi ca rezultat piscicultura ajută la hrănirea populaţiei globale

în creştere. Fermele piscicole asigură două treimi din peştele vândut în Asia şi peste 95% din cel vândut în Europa.

Iniţial, această industrie a fost considerată prietenoasă cu mediul. De fapt, peştele de cultură depozitează excremente şi hrană nedigerată pe fundul iazurilor în care mai este foarte puţin oxigen, creând mediul perfect pentru producerea de metan şi contribuind astfel la emisiile de gaze de seră.

Creşterea populaţiei şi agricultura

în prezent, mulţi dintre noi avem privilegiul să alegem dacă vrem sau nu să devenim vegani, dar există câţiva factori pe care nu îi controlăm deloc. Momentan, trăim într-o lume în care există mâncare din abundenţă (deşi nu este distribuită echitabil), dar ne îndreptăm către un viitor înspăimântător, în care nu va fi destulă mâncare şi apă pentru toată lumea. Asta va duce la crize economice, conflicte şi războaie pentru apă, deoarece schimbarea climatică pune mari probleme viitorului agriculturii, care va trebui să se adapteze creşterii temperaturii şi lipsei de surse de apă – toate în contextul creşterii continue a populaţiei.

Până în 2050, se aşteaptă ca încă 2,2 miliarde de oameni să apară pe planetă. Hrânirea populaţiei din întreaga lume va fi o provocare enormă şi deocamdată nu ştim cum vom reuşi să o facem. în prezent, cel puţin unul din nouă oameni de pe Pământ este subnutrit sau înfometat, din cauza distribuţiei inegale a hranei

(foametea este definită de Organizaţia pentru Alimentaţie şi Agricultură ONU ca lipsa aportului suficient de calorii pentru acoperirea necesarului zilnic, minim, de energie). Ca să hrănim 10 miliarde de oameni este nevoie să creştem producţia globală de hrană cu cel puţin 60%. Un punct de pornire bun ar fi să nu mai aruncăm o treime din producţia alimentară globală şi să luăm în considerare tehnici agricole noi, care se pot adapta schimbărilor climatice.

Deşi ar trebui să putem hrăni pe toată lumea, agricultura este, în mod natural, incredibil de sensibilă la fluctuaţiile climei. Condiţiile pentru eficientizarea culturilor agricole variază dramatic la nivel global şi, din ce în ce mai mult, din cauza schimbărilor meteorologice neobişnuite. Un an în care a plouat puţin, valuri de căldură sau valuri de frig sosite la momentul nepotrivit, sau fenomene extreme cum sunt inundaţiile au un efect semnificativ asupra recoltelor locale şi a fermelor de animale din toată lumea. Iar defrişarea cu scopul cultivării plantelor sau creşterii vitelor nu face decât să complice problema schimbării climatice.

Nesiguranţa alimentară în lume

Dacă nu începem să acţionăm, ar trebui să ne îngrijoreze perspectiva foametei în viitor, pentru că populaţia planetei noastre creşte rapid. Agricultura este crucială pentru combaterea foametei, a malnutriţiei şi creşterea siguranţei alimentare, dar schimbarea climatică este una dintre cele mai mari cauze ale nesiguranţei alimentare la nivel global.

Din 1970, lipsa hranei în ţările în curs de dezvoltare a scăzut la jumătate. Rata a scăzut de la cel puţin 35% la sub 15%, dar în 2017 tendinţa s-a inversat şi numărul de oameni subnutriţi a început să crească din nou. Este o perioadă prea scurtă de timp ca să putem spune dacă este vorba despre o scădere temporară sau un trend pe termen lung, dar este îngrijorător, iar ONU spune că n-o să ştim cu adevărat acest lucru prea curând.

Unii cercetători consideră că schimbarea climatică potenţează şi chiar cauzează conflicte violente în lume. Aproape un sfert din populaţiile celor mai puţin dezvoltate ţări suferă deja de nesiguranţă alimentară, existând populaţii vulnerabile în Nigeria, Somalia, Sudanul de Sud şi Yemen, care riscă foametea în următorii zece ani. Africa de Est a trecut prin ani de secetă, în timp ce Asia de Sud a trecut prin cele mai groaznice inundaţii din ultimii ani. Conflictele intense la nivel global, în general, periclitează agricultura şi fac accesul la hrană şi mai dificil. Pot chiar devaloriza moneda unei ţări, provocând creşterea preţurilor la mâncare, ceea ce pune presiune pe veniturile gospodăriilor şi pe sumele de bani cu care oamenii îşi pot hrăni familiile.

Studiile arată de asemenea că unele zone în curs de dezvoltare nu vor putea niciodată să-şi susţină populaţia din propria producţie de hrană şi nu este nicio îndoială că schimbarea climatică va provoca o lipsă de hrană devastatoare, la un moment dat, chiar şi în Vest.

Deja, ţările cu populaţii uriaşe, cum este China, nu mai pot fizic să cultive destulă hrană pentru a-şi acoperi propriile nevoi, aşa că se bazează pe importurile de alimente.

în America, fermierii trăiesc de pe urma organismelor modificate genetic (OMG-uri) cultivate în ferme uriaşe, care acoperă sute de hectare de teren, cu ajutorul a multe maşinării scumpe şi al substanţelor chimice agricole. De-a lungul continentelor cum este Africa, companiile internaţionale investesc capital renunţând la metodele agricole tradiţionale în favoarea OMG-urilor, susţinând că acest lucru ajută la combaterea foametei. Milioane de fermieri africani i-ar contrazice totuşi, pentru că au deja metode actualizate care să susţină agricultura din seminţe, de departe mai prietenoasă decât cea bazată pe organisme modificate genetic.

Nu voi discuta despre cât de arogante pot fi corporaţiile sau ideile celor din Vest, dar creşterea artificială a producţiei alimentare poate genera o listă înfiorătoare de potenţiale crize de mediu: dereglarea climei, extincţia în masă a animalelor sălbatice, pierderea biodiversităţii, poluarea oceanelor şi a cursurilor de apă şi scăderea sănătăţii comunităţilor.

Metode de cultivare potrivite pentru o anumită zonă

Cei ce vor să asculte, vor realiza că fermierii africani au o mulţime de cunoştinţe ecologice. Propriile varietăţi de seminţe au evoluat în paralel cu dăunătorii şi bolile locale şi sunt adaptate la forme diferite de teren şi condiţii meteo schimbătoare. Comunităţile africane care au încercat OMG-uri au folosit seminţe de import şi odată cu ele a venit nevoia de a umple pământul de fertilizatori toxici şi ca urmare au înţeles că seminţele moderne, modificate, nu dau randament în perioadele cu

climă schimbătoare şi vreme imprevizibilă. Asta subliniază că este greşit să crezi în nevoia unei agriculturi industriale pentru a putea hrâni o populaţie mondială în creştere. Aceste situaţii din viaţa reală demontează (din nou) mitul răspândit că avem nevoie de substanţe chimice, seminţe modificate şi ferme-fabrică pentru a hrăni populaţia în creştere.

Singura cale de a oferi siguranţă alimentară reală, atât azi cât şi în viitorul apropiat pentru o populaţie în creştere, este să-i susţii pe fermieri să revină la diversitatea de seminţe, să menţină solul sănătos, natural şi să-i sprijini pe cei care îşi înţeleg propriul pământ.

Nu există o soluţie agricolă globală pentru toţi fermierii din toată lumea, iar fiecare continent va trebui să se adapteze şi să facă schimburi comerciale. Variabilitatea mare a impactului pe care fermele îl au asupra mediului este o oportunitate de a reduce distrugerile şi de a hrăni populaţia globală mereu în creştere.

MOMENTUL DE GLORIE AL QUINOA

Creşterea popularităţii unuia dintre cele mai vechi alimente din lume, quinoa, este o poveste incredibil de complicată, una care subliniază complexitatea satisfacerii cererii de vegetale mereu în schimbare. Quinoa este o sămânţă considerată „o falsă cereală”, pentru că nu este o cereală, deşi aşa este folosită. De când fanaticii sănătăţii din Vest au descoperit beneficiile nutriţionale ale acestei seminţe, quinoa s-a transformat din mâncare locală într-o marfă globală.

Acest moment a fost o oportunitate pentru fermieri, în special pentru cei din Peru şi mai ales din Anzi. Pe măsură ce

creşterea de quinoa a explodat, preţul ei a crescut şi a creat o şansă incredibilă pentru cultivatorii locali de a face profit şi a ieşi din sărăcie.

înainte de a creşte cererea pentru export, quinoa a fost cultivată de peste 7 000 de ani şi era considerată sacră în Imperiul Incaş. Se crede că pe vremuri au existat vreo 3 000 de soiuri, dar, odată cu creşterea cererii, fermierii au început să le abandoneze pe cele mai multe şi să se concentreze doar pe câteva.

Acest lucru ridică o problemă, deoarece soiurile create de fermierii din Anzi reprezintă viitorul pentru quinoa şi se pot adapta fluctuaţiilor climatice. Calitatea solului în locurile unde quinoa este crescută în scopuri comerciale începe să se deterioreze, deoarece preţurile mari oferite pentru recoltă au făcut ca pământul să fie cultivat în continuare, deşi înainte ar fi fost lăsat să se odihnească. Astfel a rezultat o deficientă de nutri- enţi. Mai departe, fermierii care au început să se concentreze să producă mai multă quinoa, au început să reducă turmele de lame, aşa că au avut mai puţin bălegar pe care să-l folosească drept îngrăşământ natural.

Creşterea preţurilor a însemnat totodată că oamenii săraci din Peru, pentru care quinoa a fost cândva un aliment hrănitor şi sigur, nu şi-au mai permis să o cumpere, iar localnicii au început să schimbe cerealele pe care le mâncau cu mâncare mai ieftină şi de proastă calitate, de import. A avut loc o invazie de ferme mari în afara zonelor înalte din Anzi, care începuseră să alimenteze visurile fermierilor locali crescând exagerat preţul produsului lor. Deloc surprinzător, preţurile ridicate au atras competiţia: în Peru, fermierii de pe coastă au început să folosească metode intensive şi fertilizatori, obţinând o producţie dublă faţă de cea din Anzi. Fermele industriale au inundat piaţa şi, poate cea mai mare problemă, în consecinţă preţul quinoa a scăzut la fel de repede cum a crescut.

Povestea creşterii popularităţii quinoa este un exemplu de schimb cu consecinţe negative între nord şi sud, unde activişti pentru sănătate bine intenţionaţi au dus la degradarea mediului şi apoi la sărăcie în Peru. Nu înseamnă că n-ar trebui să mai mâncăm quinoa, dar ar trebui să o consumăm moderat, ca şi pe orice alt aşa-numit”super-aliment”.

Demontarea unui mit: lumea poate fi hrănită numai cu ajutorul agriculturii intensive

Majoritatea studiilor climatice terifiante pe care le citim creează ideea greşită că este nevoie de agricultură intensivă pentru a putea hrăni populaţia în creştere, dar potrivit ONU, în prezent 70% dintre alimentele pe care le mâncăm sunt produse în ferme mici.

Agricultura creează locuri de muncă

în lume, veniturile a peste 2,5 miliarde de oameni depind de agricultură, care este un pilon central al dezvoltării economice globale. Agricultura este cunoscută drept unul dintre cele mai puternice instrumente pentru creşterea veniturilor oamenilor săraci, dar când majoritatea fermierilor sunt producători la scară mică, devin cei mai vulnerabili la schimbările mediului şi ale preţurilor. Imprevizibilitatea producţiei culturilor, cauzată de schimbările climatice, chiar se poate transforma într-o chestiune de viaţă şi de moarte pentru aceşti producători, care în ultimele zeci de ani au trecut prin mai mult decât un an sau doi de recoltă slabă. Trebuie să începem să privim din perspectivă umană lanţurile alimentare şi să îi preţuim pe fermierii şi oamenii care ne asigură mâncarea.

Merită de asemenea notat că cei din industria agricolă depind de condiţiile climatice specifice. în acest moment, acelaşi CO_2 care se acumulează în atmosferă ca urmare a folosirii combustibililor fosili modifică compoziţia fructelor şi a legumelor pe care le mâncăm, facându-le mai puţin hrănitoare. Excesul de CO_2 grăbeşte fotosinteza şi face plantele să dezvolte mai mult zahăr şi mai puţin calciu, proteine, zinc şi alte vitamine importante.

Rezultatul: în viitor, oamenii vor începe să sufere de deficienţe de nutrienţi vitali din cauza acestor modificări şi vor apărea schimbări în stratul de ozon şi în cantitatea de gaze de seră emise, iar schimbările climatice vor afecta veniturile fermierilor, ca urmare a

naturii imprevizibile a ciclurilor vegetale.

în ţările în curs de dezvoltare, unde oamenii depind de o recoltă decentă ca să-şi hrănească familiile, să aibă un venit şi să plătească datoriile, căldura extremă şi alte evenimente distrugătoare încep să creeze o criză existenţială. în unele cazuri, presiunea emoţională poate deveni copleşitoare, iar schimbarea climatică este considerată unul dintre principalii declanşatori ai creşterii numărului de sinucideri în rândul fermierilor, începând cu anii 1980. în mod evident, agricultura industrială este incredibil de vulnerabilă, iar schimbarea climatică nu este singurul factor care contribuie la declinul sănătăţii mentale şi al creşterii cazurilor de sinucidere, dar fermierii se află în linia întâi şi sunt cei mai vulnerabili la schimbările de temperatură, la căderea ploilor şi frecventele fenomene meteo extreme. *Time to Change Wales* a arătat că în Regatul Unit[10], cel puţin un fermier care prezintă probleme de sănătate psihică îşi ia viaţa săptămânal, ceea ce înseamnă că peste 52 de familii pe an vor trece printr-o astfel de tragedie, care le va afecta tot restul vieţii. Ceva mai departe, epidemia de sinucideri în rândul fermierilor indieni este o problemă actuală deosebit de tulburătoare, pentru că temperaturile ridicate şi inundaţiile frecvente au dus la pierderea culturilor.

Povestea lui Vishal Pawar

Aceasta este o poveste incredibil de tristă, dar din ce în ce mai întâlnită, pe măsură ce micii fermieri se luptă cu dezastrele provocate de

schimbările climatice.

în 2010, Vishal Pawar a renunţat la serviciu şi a devenit fermier pe propriul teren de 15 acri. Experienţa anterioară de muncă şi ideile despre metodele agricole moderne l-au ajutat să construiască o fântână cu care să asigure apa pentru terenul său. în 2013, fântâna lui Vishal a secat din cauza secetei severe care a lovit regiunea. India trecuse printr-o serie de fenomene meteorologice traumatizante, inclusiv căldură extremă şi inundaţii abundente în toată ţara. Vishal a încercat să-şi repare fântâna, dar n-a avut noroc; nu i-a rămas altceva de fâcut decât să ia în arendă 10 acri de pământ şi să-i lucreze pe aceia. Planul său era să muncească mult pe pământul arendat şi să-şi plătească împrumuturile cât de curând posibil

în acelaşi an, un muson extrem de puternic a lovit zona în care trăia. Condiţiile climatice nu-l favorizau, iar pământul său a dat o recoltă de numai 10% din cât se aştepta. Simţindu-se prins într-o situaţie economică fără ieşire şi fără să aibă cu ce-şi hrăni familia, Vishal şi-a luat viaţa. Pledoaria de mai jos este o parte din biletul său de adio:

Către
Stimatul Prim-Ministru.

Sanjay Rathod Saheb, nu am reuşit să-mi strâng recolta, din cauza masonului.

Este secetă. Prin urmare, n-am avut cum să-mi plătesc împrumutul la bancă şi creditorii. Sunt complet

falit şi la capătul puterilor.

Nu îmi pot asuma responsabilitatea de a avea grijă de familia mea. Când eu nu voi mai fi, vă rog să vă asiguraţi că datoria va fi anulată. Aceasta este o rugăminte...

Vishal Pawar

Apreciază munca importantă a fermierilor

Povestea lui Vishal este doar una dintre miile de poveşti raportate în ultimii ani[11], despre fermieri care s-au sinucis. O epidemie de sinucideri în rândul fermierilor din India şi din alte ţări a zguduit puternic industria. Sinuciderea este o problemă foarte răspândită şi foarte personală, aşa că este dificil să-i găseşti cauza, dar o combinaţie între îndatorare, absenţa serviciilor sociale şi a susţinerii, plus schimbările climatice recente au complicat situaţia micilor fermieri.

Trebuie să-i susţinem pe micii fermieri, cum a fost Vishal, oferindu-le servicii potrivite de asigurări pentru recoltele lor şi compensaţii pentru pierderile suferite din cauza factorilor climatici, evitând astfel instalarea lipsei de speranţă, care duce la disperare şi chiar la sinucidere. Fermierii au nevoie de flexibilitate, strategii inteligente şi abilităţi specifice pentru a trăi bine şi a face agricultură de calitate. Toate ţările trebuie să înceapă să folosească informaţii pentru a-şi îmbunătăţi continuu eficienţa reţelei agricole de aprovizionare, ajutând fiecare sector al reţelei să monitorizeze condiţiile de mediu şi celelalte variabile.

Aceste informaţii pot fi folosite pentru a ajusta felul în care recoltele sunt produse, depozitate şi distribuite, pentru a reduce risipa. Trebuie să susţinem ştiinţa şi tehnologiile care pot genera culturi agricole ce se pot adapta la noile condiţii. Producătorii de produse alimentare vor beneficia de pe urma agriculturii bazate pe date, cum ar fi verificarea imaginilor prin satelit şi a senzorilor, strângerea de informaţii vitale despre condiţiile meteo, starea solului şi cererea de pe piaţă, cu doar câteva click-uri pe un telefon mobil. în viitor, politicile de climă vor fi de asemenea esenţiale pentru a combate condiţiile extreme de muncă pentru fermieri, nu doar în emisfera sudică, ci în toată lumea.

Privind înainte, către generaţiile viitoare din lumea întreagă, câştigurile scăzute, preţul crescut al terenurilor şi lipsa fermelor de închiriat sunt descurajatoare pentru tinerii care vor să intre în industria agricolă.

Fără îndoială, fermierii se simt asaltaţi pe măsură ce lumea noastră se schimbă şi oamenii caută produse fără lactoză, adoptă stiluri de viaţă vegetariene şi vegane şi se confruntă cu ceva ce ar putea părea o critică continuă din partea presei pe tema impactului pe care agricultura îl are asupra schimbării climatice. Prinşi la mijloc, fermierii trebuie să facă faţă şi faptului că majoritatea gospodăriilor britanice sunt, deocamdată, mai preocupate de preţul produselor, decât de sustenabilitatea lor. în această situaţie, riscăm ca produsele britanice de cea mai bună calitate să devină o marfa rezervată doar celor bogaţi, în timp ce persoanele cu venituri mai mici vor fi nevoite să se mulţumească cu

importuri ieftine, care nu îndeplinesc standardele de mediu sau de siguranţă alimentară.

Mulţi fermieri încep să-şi suplimenteze veniturile diversifi- cându-şi activităţile. Biocarburanţii, de exemplu, prezintă noi oportunităţi pe fondul temerilor din ce în ce mai crescute în domeniul siguranţei energiei – creşterea preţurilor la combustibili şi schimbarea climatică. Dar este nevoie, inclusiv acasă (în Regatul Unit), de conştientizarea faptului că fermierii joacă un rol important, cel de custozi ai zonei rurale şi ai bio diversităţii. Este nevoie ca generaţiile viitoare să fie mai implicate, mai angajate în sectorul agricol. Pentru ca viitorii fermieri să fie în siguranţă, trebuie să fim atenţi unde şi cum este produsă mâncarea noastră, să le mulţumim fermierilor noştri, să susţinem producţia locală şi să ne asigurăm că fiecare îmbucătură contează, indiferent în ce colţ al lumii ne aflăm.

Revenind la fermierii din Regatul Unit, nu este în regulă să evităm alimentele din carne produse sustenabil aici, în favoarea unor „diete bazate pe plante” compuse din avocado sau migdale, care sunt cultivate în cele mai aride locuri de pe Pământ şi pentru a căror creştere se consumă surse preţioase de apă.

Ar putea face mai mult agricultorii britanici? Da, bineînţeles! Ca să atingem momentul în care un produs britanic este cea mai bună alegere pentru toţi, avem nevoie de fermieri, consumatori şi guverne care să facă din hrana prietenoasă cu clima o prioritate. Natura şi sănătatea noastră depind de acest lucru.

Risipa de hrană: de ce suntem atât de ineficient!?

Nimic nu-i mai rău decât să deschizi uşa frigiderului, să bagi mâna înăuntru şi să scoţi afară resturile unei mâncări care s-a stricat. Dezamăgirea este mare, ca să nu mai spun cât este de dezgustător să arunci mâncarea stricată.

Ce faci atunci când punga cu salată din frigiderul tău încă arată bine, chiar dacă data de expirare de pe ambalaj a trecut? Nu ai niciun semnal vizual sau vreun miros neplăcut care să sugereze că salata nu mai este bună. Dacă eşti ca majoritatea oamenilor, instinctul „mai bine în siguranţă, decât să-mi pară rău” va prelua controlul şi o vei arunca, spunându-ţi că o să ai mai multă grijă data viitoare. în Regatul Unit, mai mult de jumătate din mâncarea pe care o aruncăm este mâncare pe care am fi putut să o consumăm. Ca indivizi, jucăm unul dintre cele mai mari roluri şi contribuim la această problemă. în jur de o treime din această risipă are loc la nivel de consumator, în momentul în care cumpărăm mai mult decât avem nevoie şi apoi aruncăm mâncarea. Emoţional şi mental suntem condiţionaţi să ţinem cont de data inscripţionată pe produs. Aproximativ 25 000 de tone de mâncare care ajung la gunoi în fiecare an sunt comestibile încă. Asta înseamnă aproape 650 de milioane de mese de seară care ar fi putut fi gătite din rămăşiţe perfect comestibile.

Există suficientă mâncare, dar este inegal

distribuită în lume, peste 800 de milioane de oameni vor merge diseară la culcare fiind într-o stare critică de subnutriţie – 200 de milioane vor fi copii care trăiesc mai ales în zone rurale. Este şocant, căci cu toate acestea, în lume există destulă mâncare pentru a hrăni pe toată lumea. Tehnic vorbind, i-am putea hrâni pe toţi cei peste 800 de milioane de oameni subnitriţi cu mai puţin de un sfert din mâncarea care este aruncată zilnic în SUA şi Europa, în prezent, nu rezervele de hrană sunt problema, ci sistemul de distribuţie. Spre deosebire de apă sau petrol, care sunt resurse finite, creştem destule cereale (cum ar fi grâul şi orezul) ca să putem oferi fiecărei persoane de pe planetă 3 500 de calorii pe zi – cam cu 50% mai mult decât are nevoie zilnic un adult.[12] în schimb, distribuim resursele prost şi risipim cantităţi ridicol de mari de hrană.

în acest moment, distribuirea alimentelor este inegală şi trebuie să începem să privim în perspectivă. Eradicarea foametei într-un mod sustenabil este corectă moral, aduce beneficii politice şi este economic realizabilă pentru cei aflaţi la putere.

Problema risipei de hrană

Risipa de hrană este o problemă umanitară la fel de importantă cum este cea a mediului – trebuie să ne concentrăm pe modul în care putem hrăni mai mulţi oameni risipind mai puţin din ceea ce producem deja.

Gradul în care hrana este risipită variază în anumite zone din lume, dar dacă risipa globală de hrană ar fi o ţară, ar fi a treia după China şi Statele Unite ca impact

asupra încălzirii globale. Se aşteaptă ca aceste valori să crească cu o treime până în 2030, când 2,1 miliarde de tone de alimente vor fi pierdute sau aruncate, echivalând cu 66 de tone pe secundă?[3] La nivelul producţiei şi distribuţiei, de exemplu, mâncarea se deteriorează pe câmpuri, sau este pierdută ca rezultat al transportării în condiţii proaste, sau se strică în magazine care nu au tehnicile potrivite pentru a o păstra în condiţii bune.

Dacă înţelegem în ce punct anume al lanţului de aprovizionare se întâmplă pierderile, vom putea găsi şi implementa soluţii eficiente. Cantitatea mare de hrană aruncată are şi un impact semnificativ asupra climei, din cauza nivelurilor de dioxid de carbon, metan şi protoxid de azot care sunt produse şi emise de-a lungul diferitelor stadii de producere a acesteia, până la momentul în care o punem în frigiderele noastre. Energia consumată pentru producerea, recoltarea, transportarea şi ambalarea alimentelor pe care le aruncăm generează peste 3,3 miliarde de tone de dioxid de carbon. în plus, mai sunt şi emisiile create de producerea cutiilor de metal, a pungilor de plastic şi a cutiilor de carton în care este împachetată mâncarea noastră, precum şi depozitarea, transportarea şi gătirea, care sunt şi ele făcute degeaba, atunci când o mâncare nu este consumată.[14]

Supermarketurile şi risipa de hrană

Există multe lucruri pe care nu le putem controla personal de-a lungul lanţului alimentar, dar ce-ar fi să

vorbim despre super- marketuri, locul de unde cei mai mulţi dintre noi îşi cumpără hrana?

în termeni financiari, lumea pierde mâncare în valoare de 400 de miliarde de dolari, înainte ca mâncarea să ajungă în supermarket. Aproximativ 20-40% dintre fructele şi legumele din Regatul Unit sunt respinse înainte să ajungă în magazine. Chiar au nevoie supermarketurile mari să comande atât de multă mâncare pe care nu o vor vinde? Chiar este nevoie ca ele să ne pună la dispoziţie sute, dacă nu mii, de produse similare, dar de la firme diferite? Este necesar să avem cinci tipuri de orez instant pe raft sau zece din acelaşi sos de roşii, împachetat diferit? Tu, consumatorul, simţi că ai nevoie de rafturi întregi de branduri diferite?

Pe lângă greşelile de aprovizionare, ce-ar fi să vorbim despre folosirea greşită a etichetelor şi a datelor de expirare puse pe alimente, care il bagă pe consumator în sperieţi? Supermarketurile trebuie să-şi îmbunătăţească standardele de etichetare sau chiar să scoată etichetele de pe anumite produse, permiţându-i acestuia să înţeleagă mai bine cât de proaspăt este produsul şi să evite risipa inutilă.

Risipa alimentară este o problemă relativ uşor de rezolvat, dacă devenim mai eficienţi şi mai inteligenţi în legătură cu felul în care producătorii distribuie şi cu ce anume consumăm. Nouă, consumatorilor, ne revine responsabilitatea de a cumpăra doar cât avem de gând să mâncăm. Acceptă imperfecţiunea şi urâţenia şi foloseşte-ţi intuiţia de consumator care ştie ce este şi ce

nu este bun de mâncat.

Clima se schimbă – şi tu te poţi schimba

La nivel personal, contează fiecare îmbucătură şi să fii conştient de amprenta ta de carbon poate ajuta mult restul lumii. Decizia pe care o iei în fiecare zi când alegi ce mănânci este singurul mod important în care tu, ca individ, poţi contribui.

Cercetează şi întreabă-te un lucru simplu: de unde vine mâncarea pe care o cumpăr?

Acceptă că produsele pot fi de bună calitate, delicioase şi sigure, chiar dacă nu arată perfect.

Susţine fermierii locali. Susţine produsele crescute organic sau din culturi regenerative.

Cumpără local. Mergi la piaţă. Probabil vei fi surprins cât de gustoase sunt produsele locale, în comparaţie cu legumele internaţionale, cumpărate de la supermarket. Dacă n-ai timp să mergi la piaţă, abonează-te la un serviciu de livrare, cum sunt:

- Oddbox. Compania socială Oddbox are misiunea de a reduce cantitatea de fructe şi legume risipite, care ajung la gunoi din cauza unor imperfecţiuni minore. Fiecare cutie vine cu un ghid care îţi arată ce aliment a fost salvat, fie că este produs de fermierii din Regatul Unit sau în străinătate.

- Abel and Cole. Livrează produse organice de la ferme din Marea Britanie, în funcţie de sezon.

Cumpără produse organice. Organic înseamnă agricultură fără îngrăşăminte chimice, Iară majoritatea pesticidelor, fără seminţe modificate genetic, medicamente sau antibiotice. Unele pesti- cide care ajung pe fructele şi legumele non-organice pot rămâne pe ele chiar şi dacă le-ai spălat bine. într-o lume perfectă, ideal ar fi să cumperi totul organic, dar costul şi comoditatea s-ar putea să nu-ţi permită acest lucru. Potrivit Grupului de Lucru pentru Mediu, iată care sunt produsele non-organice „curate" şi sigure pe care să le cumperi şi care sunt fructele şi legumele „periculoase", pe care ar trebui să le cumperi în varianta organică oricând poţi, pentru că în general conţin cea mai mare concentraţie de pesticide.

- Curate: sparanghel, vinete, avocado, broccoli, varză, conopidă, kiwi, pepene galben, ciuperci, ceapă, papaya, ananas, porumb dulce.

- Periculoase: mere, ţelină, cireşe, struguri, kale, nectarine, piersici, pere, cartofi, spanac, căpşune, roşit

Nu este nicio îndoială că ar trebui să mâncăm cu toţii mult mai puţină carne şi să punem capăt formelor imorale, intensive, generatoare de carbon şi poluare, de producere a cărnii.

Adoptă „lunea fără carne". Fondată de Paul, Stella şi Mary McCartney, „lunea fără carne" este o campanie de mediu de conştientizare a impactului pe care producţia

şi consumul de carne le au asupra schimbării climatice. Mesajul este simplu: o zi pe săptămână nu consuma carne.

Dacă devii vegan, nu înseamnă neapărat că mănânci sănătos. Există o mulţime de mâncăruri vegane procesate, nesănătoase – aşa că, asigură-te că dieta ta include toţi nutrienţii necesari. Este important să incluzi proteine din alimente precum nuci, seminţe, fasole boabe şi linte.

Pâinea este unul dintre produsele alimentare cele mai aruncate, fără să fie nevoie. Nu contribui la cele 24 de milioane de felii de pâine risipite în fiecare zi în Regatul Unit: îngheaţă-ţi franzela şi dezgheaţă câte o felie, apoi fa-o pesmet, crutoane sau transform-o într-o budincă delicioasă.

Dacă ne uităm la amprenta de carbon a diferitelor alimente, ca să vedem cât de mult contribuie unele dintre ele la producerea efectului de seră, cele mai dăunătoare sunt: carnea de vită şi miel, brânza, carnea de porc, somonul de cultură, carnea de curcan şi de pui, tonul la conservă şi ouăle. Alimentele care sunt mai prietenoase cu mediul sunt: broccoli, citricele, fasolea uscată, mazărea verde, lintea, nucile, orezul, tofu şi roşiile. Ca să-ţi reduci şi mai mult amprenta de carbon, nu uita să cumperi cât mai multe alimente de la producătorii locali.

Când mănânci peşte sau fructe de mare caută etichete pe care scrie Fructe de mare cu Certificat de Sustenabilitate, atât la su- permarket, cât şi la

restaurante. Asta înseamnă că fructele de mare au fost prinse sau crescute în moduri care iau în considerare viabilitatea pe termen lung a speciilor şi bunăstarea oceanelor, precum şi nivelul de trai al comunităţilor ce trăiesc din pescuit.

Foloseşte creativ resturile de mâncare. Ordine găseşti o mulţime de bucătari şi bloggeri creativi care te încurajează să minimizezi risipa de alimente. Ai putea să foloseşti congelatorul mai mult? Mâncărurile congelate pot fi la fel de nutritive şi îşi păstrează mai mult timp prospeţimea.

La supermarket evită mâncărurile împachetate în polistiren şi PVC, deoarece este greu de crezut că vreunul dintre aceste materiale va fi acceptat la centrul de reciclare din localitatea ta.

înscrie-te în programe de colectare ca să donezi alimentele rămase către persoanele nevoiaşe. Foloseşte aplicaţii precum Olio. Olio pune în legătură vecinii unii cu alţii şi voluntarii cu diverse afaceri, astfel încât excesul de alimente şi alte produse să poată fi redistribuite, nu aruncate. Olio este pentru cei care iubesc alimentele şi urăsc risipa, cei cărora le pasă de mediu şi care vor să intre în contact cu comunitatea lor.

Fă lobby pentru posibilitatea schimbării dietei şi veganism în cercul tău de prieteni şi cunoştinţe.

Urmăreşte câteva documentare interesante despre sistemul nostru alimentar, cum ar fi:

- *Cei care schimbă jocul*

- *Food, Inc*

- *Conspiraţia Bovinelor: Secretul sustenabilităţii*
- *în apărarea mâncării*
- *Sushi: captura globală*
- *Mai mult decât miere*
- *Educaţie vegană*

Este un stil de viată, nu o modă

„Natura nu este un loc pe care îl vizitezi.
Natura este acasă.”

Gary Snyder

Zilnic, toţi facem alegeri care au impact asupra climei: de la ce mâncăm dimineaţa, la cât timp stăm cu lumina aprinsă acasă.

între 60 şi 80% din impactul nostru asupra planetei provine de la ce consumăm în gospodărie. Asta include mai mulţi factori care se suprapun: de la mâncarea pe care o gătim, la hainele pe care le purtăm şi le spălăm şi energia pe care o folosim pentru iluminat şi aparatele electro casnice. Cel care practică un stil de viaţă atent la impactul asupra mediului nu este, cel mai probabil, un om perfect, pentru că s-ar putea să fie un vegan care încă mai zboară cu avionul sau o mamă care foloseşte produse de curăţare netoxice, dar nu foloseşte scutece reutilizabile pentru copil. Nivelul de sacrificiu necesar

ca să duci o viaţă complet sustenabilă este, pentru mulţi, inacceptabil şi nu avem atât de mult timp sau bani încât să alegem mereu lucruri cu amprentă de carbon scăzută.

Nici n-o să faci peste noapte schimbări semnificative în stilul tău de viaţă, aşa că, pe măsură ce începi procesul de schimbare, acest capitol îşi propune să demonteze şi să scuture câteva dintre neînţelegerile mai dificile despre cum să ai în fiecare zi o viaţă mai lipsită de risipă. Aceasta va avea impact asupra copiilor, energiei electrice, a diferitelor treburi casnice, metodelor de curăţare, compostului şi călătoriilor cu avionul. Cele mai mari avantaje ale unui stil de viaţă prietenos cu mediul sunt că îţi simplifică viaţa, este mai ieftin, de actualitate, distractiv şi complet realizabil, atât în viaţa personală, cât şi în cea de familie.

Numai tu poţi aduce schimbarea, organizându-ţi casa şi viaţa cât de bine poţi, pentru a face din sustenabilitate un stil de viaţă, nu doar o modă.

Date concrete: casa şi stilul de viată

J >

- în Regatul Unit, 90% dintre oameni susţin că reciclează regulat produsele de bucătărie, dar numai 52% fac acest lucru şi cu produsele de baie.
- în UE, mai mult de 67% din consumul de energie per gospodărie este reprezentat de încălzirea casei.
- 84% dintre oameni au demonstrat că susţin energia regenerabilă.

- O treime din energia electrică folosită în Regatul Unit, în 2018, a provenit din surse regenerabile.
- Peste 25% din gunoiul zilnic ar putea fi dus la compost.

- Un zbor de transport de marfa pe distanţă scurtă, din Londra la Edinburgh, produce mai mult CO_2 decât valoarea medie a emisiei anuale a unei persoane care trăieşte în Uganda sau Somalia.
- O gospodărie obişnuită spală rufe cam de 400 de ori pe an, consumând circa 51103 litri de apă. 90% din energia folosită pentru fiecare spălare este întrebuinţată pentru încălzirea apei. Doar 10% din energia totală este folosită, de fapt, pentru funcţionarea motorului.
- în SUA, în fiecare an sunt aruncate peste 2 miliarde de aparate de ras din plastic.
- Un copil foloseşte între 4 000 şi 6 000 de scutece înainte să înveţe să folosească oliţa, iar costul pentru bugetul familiei se apropie de 750-l 000 de lire.

Casa

O casă prietenoasă cu mediul ar putea fi o casă proiectată să fie sustenabilă, cu accent pe consumul eficient de energie, apă şi materiale de construcţie. Acasă este locul unde îţi petreci cea mai mare parte din timp, aşa că acela este locul unde poţi începe să contribui la o viaţă sustenabilă, cu un efort oricât de mic. De la produsele pentru curăţenie pe care le

foloseşti, la cât de des pui rufe la spălat, cum poţi face compost, cum îţi decorezi casa, cum să fii responsabil faţă de natură, să ai o atitudine eco înseamnă să economiseşti bani şi să ajuţi planeta.

Efectul produselor de curăţenie

Este esenţial pentru siguranţa ta şi a casei tale să fii conştient de ingredientele conţinute de produsele de igienă personală şi

produsele pentru curăţenie. Ca să avem o planetă mai curată, putem începe simplu, cu o curăţenie la noi acasă. Când îţi pui mâncarea pe blatul de la bucătărie, când îţi aşezi periuţa de dinţi pe marginea chiuvetei, probabil că amândouă vor prelua resturi de la ultimele produse de curăţenie pe care le-ai folosit. Ai citit vreodată ingredientele din înălbitori, spray-urile pentru curăţarea suprafeţelor sau soluţiile pentru curăţat geamurile? Majoritatea conţin chimicale deosebit de toxice, care pot provoca iritaţii ale pielii, reacţii ale organelor interne şi o mulţime de alte probleme. Mai mult, sute de miliarde de astfel de produse obişnuite sunt vândute în sticle de plastic de unică folosinţă.

SOLUŢIE DE CURÂTAT FĂCUTĂ DEŢINE

Acasă ar trebui să fie un loc sigur pentru tine şi familia ta, aşa că, dacă nu-ţi place gândul că spaţiul tău sigur este presărat cu chimicale toxice, poţi să-ţi prepari propria soluţie de curăţat non-toxică şi cu adevărat „bună la toate”. Reţetă mai simplă nici că există.[1]

Ai nevoie de:

- O sticlă cu pulverizator
- Apă
- Otet alb sau otet de mere
- Ulei esenţial parfumat (opţional)

Umple sticla pe jumătate cu apă; completează restul cu oţet. Adaugă 15-20 de picături de ulei esenţial pentru parfum. Pulverizează.

Oţetul de mere sau oţetul alb, bicarbonatul de sodiu şi coaja de citrice, toate funcţionează perfect pentru

curăţarea obiectelor din casă.

Cumpără produse de curăţat prietenoase cu mediul

Dacă ţi se pare prea greu să-ţi prepari propria soluţie de curăţat, atunci susţine şi cumpără de la companii ca Method UK, cea mai mare companie din lume de produse pentru curăţenie obţinute din plante. Este uşor să cumperi online de la ei, ingredientele lor biodegradabile sunt eficiente la scos pete (inclusiv de vin). Soluţiile sunt ambalate în recipiente 100% reciclabile şi sunt testate doar pe oameni, niciodată pe animale: www.meth- odproducts.co.uk.

Start-up-ul Blue Land revoluţionează produsele de curăţenie ca să elimine obiectele de unică folosinţă din plastic şi substanţele chimice toxice. Chiar dacă deocamdată se găsesc doar în SUA, firma se extinde rapid. Felul în care funcţionează sistemul lor de reumplere este următorul: cumperi o sticlă de folosinţă îndelungată, care nu curge, nu se sparge şi nu conţine BPA. Umpli sticla cu apă de la robinet, apoi pui în ea o tabletă de curăţare şi cureţi.

Când soluţia de curăţare se termină, pur şi simplu torni din nou apă în sticlă şi adaugi o altă tabletă, şi gata. Blue Land promovează curăţenia circulară: www.blueland.com.

Ai putea fi atent şi la ceea ce foloseşti ca să ştergi suprafeţele cu soluţia ta alternativă de curăţare. Mari cantităţi de prosoape de bucătărie sau şerveţele? Sau şerveţele umede, antibacteriene? în niciun caz! Este cel mai rău lucru pe care îl poţi face, pentru că pur şi

simplu creezi inutil deşeuri care vor ajunge la groapa de gunoi. Prosoapele din microfibră de la supermarket sunt pline de plastic şi nu sunt reciclabile, iar dacă le speli, bineînţeles, vor elibera microplastice în rezervele de apă potabilă. Aşa că, hai să vedem, care este cea mai bună alternativă?

- Cumpără cârpe din bumbac.
- Rupe hainele vechi din bumbac care nu pot fi donate şi transformă-le în cârpe de curăţat.
- Ai lenjerie de pat veche pe care nu o mai utilizezi? Foloseşte-o la curăţat.

Ghid eco pentru spălarea rufelor

într-o gospodărie obişnuită, în fiecare an sunt spălate aproape 400 de maşini cu rufe, care consumă 51103 litri de apă. Aproximativ 90% din energia electrică utilizată de o maşină de spălat obişnuită este folosită numai pentru încălzirea apei şi doar 10% din energie este întrebuinţată pentru a pune în mişcare motorul. Şi, se pare, doar 40% din hainele pe care le punem în maşina de spălat sunt murdare. Şi-atunci, cum facem să nu mai fim risipitori atunci când spălăm rufele?

Noi, oamenii, tindem să punem la spălat o haină pe care am purtat-o doar o dată pentru că ne gândim că aşa ar trebui, pentru că aşa am fost învăţaţi toată viaţa să facem. Mulţi dintre noi au chiar groaznicul obicei de a pune la spălat doar câteva lucruri, cu un ciclu complet de spălare. Studiile arată că poţi să economiseşti în jur de 45 de kilograme de dioxid de carbon per gospodărie în fiecare an dacă porneşti maşina de spălat doar când este plină.

Spălarea la temperaturi înalte şi ciclurile de uscare consumă şi ele cantităţi uriaşe de apă şi energie. Dacă îţi cumperi o maşină de spălat certificată ecologic, cu consum redus, ai putea economisi 26 497,88 litri de apă pe an. Pe parcursul celor aproximativ 11 ani de funcţionare ai unei maşini de spălat, asta înseamnă echivalentul apei pe care o beau 6 oameni pe tot parcursul vieţii lor.[2] Majoritatea maşinilor de spălat au programe eco, aşa că încearcă să foloseşti opţiunea aceea când speli – chiar dacă spălarea va dura mai mult.

în ceea ce priveşte consumul de energie, programează maşina la 30 de grade Celsius. Dacă renunţi la uscător, mai economiseşti nişte bani pe care altfel i-ai da pe factura de electricitate. Poate că un suport de rufe sau agăţarea rufelor afară, la uscat, sună demodat, dar aşa poţi economisi până la 320 de kilograme de dioxid de carbon şi, în plus, hainele tale se vor uza mai lent.

Sute de mii de microfibre din plastic sunt deversate în apă de fiecare dată când spălăm, aşa cum am explicat în **Capitolul** 3, iar ele conţin materiale precum nailonul, poliesterul şi acrilicul. Toate ajung în apa pe care o bem şi în cele din urmă se scurg în ocean şi sunt consumate de vieţuitoarele marine. Ca să privim problema fibrelor de plastic în perspectivă, un oraş de dimensiunile Berlinului ar putea fi răspunzător pentru aruncarea în ocean a echivalentului a 540 000 de sacoşe de plastic.[3]

Este o nebunie, dar câtă vreme filtrele de microfibre pentru maşinile de spălat se află încă în faza de proiect, cea mai viabilă soluţie pe care o ai, alta decât să foloseşti doar textile non-sin- tetice, este să-ţi cumperi o

sacoşă de spălat din plasă, adică o sacoşă Guppy.

în final, detergenţii din comerţ pentru rufe şi înălbitorii pe bază de clor conţin o mulţime de chimicale nocive, care pot fi extrem de toxice pentru pielea ta şi îţi pot afecta sistemul respirator. Poţi să-ţi faci propriul detergent sau poţi încerca să cumperi un produs prietenos cu mediul, oricând este posibil.

Iată o recapitulare şi câteva trucuri:

- Poartă hainele de mai multe ori.
- Foloseşte detergenţi mai prietenoşi cu mediul şi mai siguri. De exemplu, produse de la Smol, care au unele dintre cele mai concentrate capsule pentru spălat rufe din lume. Toate sunt din plante şi destul de mici ca să-ţi poată fi livrate direct în cutia poştală. Funcţionează şi ca un serviciu de subscripţie şi te pot ajuta să economiseşti până la 50% din preţul detergentului tău obişnuit: www.smolproducts.com.
- Programează maşina la 30 de grade Celsius sau chiar mai puţin.
- în loc de balsam de rufe, pune înăuntru o cană cu oţet. pH-ul oţetului ajută la neutralizarea pH-ului apei de spălare şi îţi face rufele catifelate.
- Spală de mână articolele vestimentare delicate.
- Dacă locuieşti într-un oraş mare, cosmopolit, du-te la spălătoria automată. Maşinile de spălat şi uscătoarele comerciale tind să fie mai eficiente decât variantele de uz casnic.
- Renunţă de câte ori poţi la uscător şi usucă-ţi hainele la aer.
- Economiseşte mai multă energie călcând hainele

doar când trebuie neapărat. (Serios, din facultate şi dinainte să intru în activismul de mediu, refuzul de a călca hainele a fost una dintre politicile vieţii mele.)

- încearcă spray-uri noi, cum este Day 2, primul şampon uscat din lume pentru haine, ca să-ţi împrospătezi îmbrăcămintea cum faci şi cu părul. Day 2 te ajută să nu mai speli exagerat de mult şi te ajută să economiseşti mii de litri de apă pe an.

Compostul

> „Informaţia este precum compostul; nu face bine, dacă nu o răspândeşti.”
>
> **Eliot Coleman**

Compostul este în esenţă modul naturii de a recicla prin descompunerea gunoiului organic. Presupune descompunerea deşeurilor organice în sol, odată cu trecerea timpului, datorită căldurii şi a viermilor. Compostul este descompus cu ajutorul bacteriilor din amestec, vietăţi cum sunt viermii şi melcii, şi a căldurii. Produsul final este o substanţă întunecată, sfărâmicioasă, cu miros de pământ.

în **Capitolul 4** am vorbit despre emisiile de carbon legate de producerea alimentelor. Aşa cum am văzut, aruncarea lor nu înseamnă doar risipă de bani, ci şi un rău făcut planetei, mai important decât realizează cei mai mulţi dintre noi. Ca indivizi, acasă, jucăm unul dintre cele mai mari roluri în această chestiune. în

Regatul Unit, peste două treimi dintre adulţi habar n-au că risipa alimentară contribuie la schimbarea climatică, în timp ce un procent şi mai mare (81%) nu ştiu că o treime din toată mâncarea din lume ajunge la gunoi.[4] Majoritatea celor care gătesc râmân de fiecare dată cu o mulţime de resturi de la prepararea mâncării, sau aruncă mâncarea pe care nu au consumat-o din cauza datei de expirare. Chiar dacă risipa de mâncare naturală, cum sunt fructele şi legumele, este biodegradabilă, din păcate nu se va biodegrada sau descompune aşa cum ar trebui într-o grămadă obişnuită de gunoi – are nevoie de condiţii specifice, cu mult oxigen şi căldură.

Să pui la compost pare complicat, dar nu este aşa. Şi este un obicei minunat, pentru că excesul de mâncare nu mai ajunge în groapa de gunoi şi în acest fel reduci emisiile de metan (amin- teşte-ţi că metanul este mult mai rău decât dioxidul de carbon). Compostul este folosit mai ales ca să menţii solul şi plantele în stare bună şi reduce nevoia de îngrăşăminte chimice.

Bun, s-ar putea să pară că trebuie să trăieşti într-o fermă, undeva la ţară, ca să poţi să pui resturile la compost, să ai mult pământ, animale şi oxigen ca să obţii reacţiile chimice necesare. Există totuşi un mod mai simplu şi este perfect realizabil, chiar dacă stai intr-un apartament mic, în mijlocul unui oraş.

Compost acasă sau în altă parte

Mai întâi, trebuie să decizi dacă îţi vei putea folosi propriul loc de compost sau îl vei folosi pe al altcuiva, cum ar fi cel pus la dispoziţie de autorităţile locale:

Opţiunea 1: pune pe cineva s-o facă în locul tău. în Regatul Unit există câteva organizaţii şi companii care

îţi pot lua resturile menajere pentru a le transforma în compost în locul tău. Asta funcţionează pentru oricine locuieşte într-un oraş sau zonă urbană intens populată şi nu are atât de mult loc în curte încât să pună gunoiul la compost.

Verifică la consiliul local – s-ar putea să ofere ei astfel de servicii. Dacă nu, caută pe cineva din piaţa de alimente, ar trebui să găseşti pe cineva dispus să-ţi ia de pe cap grămezile de resturi de mâncare. Dacă niciuna dintre aceste variante nu funcţionează, pur şi simplu caută pe Google. Unele firme colectează, altele s-ar putea să-ţi ceară să-l duci tu undeva anume, în apropiere. Este posibil ca, în funcţie de firmă, lista articolelor acceptate pentru compost să varieze, aşa că citeşte atent regulamentul lor.

Depozitarea compostului

Cum îţi vei depozita deşeurile până vine ziua de colectare? Dacă foloseşti un sistem pentru compost în afara casei, depozitează deşeurile neprocesate (cum sunt cele din lista următoare) în congelator, fie într-un recipient etanş, fie într-un castron sau o pungă de hârtie. Congelatorul va opri mirosul resturilor şi va preveni orice scurgere – este de departe cea mai bună metodă prin care să-ţi colectezi toate deşeurile pentru compost. Dacă ai propriul loc pentru compost, foloseşte un coş de gunoi cu capac pe care să-l duci în fiecare zi. Oricând găteşti sau mănânci fructe, obişnuieşte-te să pui resturile în containerul pentru compost sau în castronul din congelator.

Opţiunea 2: compost în grădină. Din apartamentul meu micuţ din Londra, n-am făcut niciodată asta. Dacă eşti într-adevăr interesat, te încurajez să explorezi mulţimea de informaţii online despre ce se poate pune la compost. Dar dacă vrei doar noţiuni de bază, iată care este cea mai simplă metodă. Cumpără o pubelă pentru compost (mai bine două). Chiar dacă sunt din plastic, este mai bine aşa decât să faci o grămadă mare în grădină, pentru că o să atragi şobolani sau alte animale sălbatice, din cauza conţinutului mare de mâncare din compost. Pune-le în grădină, apoi pune toate resturile neprocesate de alimente în cutie, plus gunoaiele de la grădinărit (râmurele, ierburi smulse şi aşa mai departe) şi lasă-le să se descompună – vara va dura mult mai puţin, datorită căldurii. Dacă ai două pubele, o poţi folosi pe cealaltă în timp ce conţinutul primei pubele fermentează. Pământul care rămâne printre buruienile smulse se va adăuga amestecului şi va introduce microbi, insecte şi bacterii, care vor grăbi procesul. Poţi să cauţi pe internet care este cea mai bună metodă să faci compost, dar oricum, probabil vei obţine un compost care nu-i rău deloc chiar şi urmând regulile acestea simple. Nu pune niciodată mâncare gătită în pubela de compost.

Ce poţi pune la compost?

Trebuie să ştii ce se poate pune la fermentat şi ce nu. Lista nu este exhaustivă şi fiecare grămadă de compost va avea ingrediente diferite. Ţine minte: nu pune decât materiale crude la fermentat.

- Orice fel de resturi de fructe sau legume

- Seminţe
- Cereale

- Coji de ouă
- Zaţ de cafea şi frunze de ceai vrac
- Vin vechi (este făcut din struguri)
- Hârtie
- Frunze şi resturi de la grădinărit, cum sunt iarba şi buruienile pe care le-ai cosit

Cum rămâne cu baia?

în Regatul Unit, 90% dintre oameni susţin că reciclează regulat ce rămâne de la bucătărie, dar numai 52% fac asta şi cu articolele de baie, conform organizaţiei Reciclează Acum. Ai aruncat vreodată fără să te gândeşti o rolă de la hârtia igienică, o sticlă de parfum, un tub de fond de ten sau o periuţă din plastic? Eu da. Este foarte derutant, pentru că nici măcar brandurile care vând produsele nu ne spun ce să facem cu ambalajele şi multe nici măcar nu au simbolul de reciclare pe ele. Unele dintre cele mai des întâlnite greşeli pe care le faci în baie sunt notate mai jos şi este uşor să le eviţi.

Salvează copacii şi cumpără hârtie care nu este fâcutâ din ei

Hârtia ta igienică obişnuită este de cele mai multe ori înălbită şi ambalată în folie de plastic, lucru care o face să conţină multe substanţe toxice şi să fie nereciclabilă. Mare parte din hârtia igienică este făcută în continuare

din copaci. Nu numai că-i tăiem, dar mai şi folosim o cantitate enormă de energie şi apă ca să ne curăţăm corpul şi suprafeţele din casă. Iată câteva alternative:

- Hârtia din bambus, provenită din păduri de bambus, este o alternativă sustenabilă pentru hârtie* Bambusul consumă mai puţină apă ca să crească, generează mai mult oxigen şi absoarbe mai mult dioxid de carbon din aer decât copacii, fiind cea mai uşor regenerabilă sursă de material vegetal disponibilă din lume, pentru diverse produse.
- Cumpără ordine de la branduri precum *Who Gives A Crap.* Serviciul lor de livrare este foarte comod. Şi-au început afacerea după ce au aflat că 2,3 miliarde de oameni din lume nu au acces la o toaletă. Asta înseamnă cam 40% din populaţia totală de pe glob, iar aproximativ 289 000 de copii sub cinci ani mor în fiecare an din cauza bolilor provocate de proasta calitate a apei şi a condiţiilor sanitare. în zilele noastre, nu doar că hârtia igienică şi prosoapele de hârtie produse de acest brand ne utilează baia fără să facă rău copacilor, întrucât sunt făcute din bambus, ci în plus compania donează 50% din profitul său pentru construirea toaletelor şi îmbunătăţirea condiţiilor sanitare în ţările în curs de dezvoltare.[5] *Uk.whogivesacrap.org*

Periuţele de dinţi din plastic

Numai în Statele Unite, peste un miliard de periuţe de dinţi din plastic sunt aruncate în fiecare an. Fii prietenos cu generaţiile viitoare şi treci la periuţe din bambus sau la o periuţă electrică. Periuţele din bambus sau lemn provin din surse sustenabile, dar te rog să

citeşti şi textul scris cu litere mici pe ambalaj, pentru că adesea perii sunt din plastic. Verifică dacă aceştia chiar sunt biodegradabili.

Pasta de dinţi

Apar multe inovaţii care îţi oferă pastă de dinţi fără plastic, sub formă de pastă în borcane din sticlă sau sub formă de tablete. De exemplu, există un mod complet natural de a înlocui pasta pe care ai folosit-o până acum. „Bite” este făcută din ingrediente vegane, precum uleiul de cocos şi xilitolul, cu proprietăţi naturale de albire a dinţilor. Trebuie doar să pui pe limbă o tabletă de fiecare dată când te speli pe dinţi. Sunt livrate în borcane din sticlă care pot fi reumplute şi reciclate.

Aparatele de ras

în Regatul Unit, în 2018, aproximativ 5,5 milioane de oameni au folosit, în medie, mai multe aparate de ras de unică folosinţă. O variantă simplă de înlocuire ar fi să foloseşti aparate de ras din metal, în loc de aparate din plastic.

Săpunurile

Renunţă la toate săpunurile lichide, la şampoane şi aşa mai departe. Fie cumpără vrac, să poţi turna în propriile recipiente, fie caută variante solide, pentru a reduce poluarea cu plastic.

Reciclează

Spală toate recipientele din sticlă înainte să le arunci.

Majoritatea tuburilor de spray, odată ce au fost golite (mai puţin cele de fixativ), sunt reciclabile. Trebuie doar să le scoţi capacul şi să le pui în sacoşa de reciclat pentru cutii de metal.

Energie inteligentă

Un viitor în care aproape toată electricitatea pe care o folosim să provină de la vânt, valuri şi soare nu este chiar un scenariu de neimaginat. în Regatul Unit, în ultimii şase ani, am crescut cantitatea de energie regenerabilă de la 7% la 25%. Tehnologia se dezvoltă rapid peste tot în lume, făcând costurile să scadă fulgerător. Miliarde de dolari sunt investiţi în surse de energie regenerabilă. Din 2009, la nivel global, costurile pentru energie solară au scăzut cu 90%. Drept rezultat, publicul a demonstrat că vrea să folosească mai mult energie regenerabilă, iar 84% dintre gospodăriile britanice s-au arătat dispuse să susţină energia regenerabilă.

VARIAŢIILE DE TENSIUNE

Reţeaua naţională din Regatul Unit este obişnuită să gestioneze variaţiile şi căderile de tensiune apărute din cauza consumului de electricitate. De-a lungul unor zeci de ani, pe măsură ce populaţia a crescut şi au fost construite mai multe case, ai crede că s-a pus mai multă presiune pe sursele de energie. De

fapt, în 1990, în pauza meciului din semifinala Campionatului Mondial la Fotbal, milioane de fani şi-au făcut ceai. Asta a provocat cel mai mare consum de energie de până acum, cu un maxim de 2 800 de megawaţi?

Reţelele sunt îmbunătăţite în mod constant, astfel încât să facă faţă cererii şi ofertei, iar prin schimbările eco pe care le faci la tine acasă vei putea economisi o grămadă de bani. în alte părţi ale lumii, din Africa de Sud până în California şi Chile, eolienele şi panourile solare sunt în prezent cele mai ieftine surse noi de energie electrică. Monitorizarea meteo în Regatul Unit este atât de inteligent făcută încât britanicii nu vor rămâne fără curent electric acasă, chiar dacă nu mai bate vântul sau nu este soare. Obiectivul de 15% de energie regenerabilă pentru 2020 setat

de guvernul britanic a fost larg criticat, mulţi oameni acuzându-l că nu se implică destul. Dar suntem în drept să criticăm când nici măcar nu ştim ce posibilităţi ne rezervă viitorul? Un studiu a arătat că este posibil ca sistemul energetic din Regatul Unit să ajungă regenerabil în proporţie de aproape 90% până în 2030, electrificând 25% din sistemul de încălzire şi incluzând peste un milion de maşini electrice în trafic. Dar asta numai dacă putem scădea cererea pentru încălzire cu aproape 60% în următorii 15 ani – iar asta este o mare provocare.[7] Ca să atingem obiective atât de înalte în Regatul Unit şi în lume, va fi nevoie de o asumare comună a responsabilităţii şi de investiţii uriaşe.

Fiecare proprietar sau chiriaş din Regatul Unit şi din lume, chiar şi cei care locuiesc în clădiri foarte vechi, are la dispoziţie o mulţime de tehnici ca să-şi transforme proprietăţile în clădiri mai prietenoase cu mediul.

îmbunătăteste-ti sistemul de iluminat din casă

în Regatul Unit, becurile incandescente au fost scoase din uz în 2009, datorită regulamentelor UE, pentru că au fost considerate neprietenoase cu mediul. Deşi multă lume prefera lumina caldă dată de becurile incandescente, 95% din energia pe care o consumau era transformată în căldură, nu în lumină. Acestea au fost înlocuite cu becuri LED şi becuri fluorescente, care sunt mult mai eficiente din punct de vedere energetic. Nu numai că necesită mult mai puţină energie, dar majoritatea au şi o durată mai lungă de viaţă. Becurile

LED, în plus, nu conţin mercur. Până la urmă, un singur bec cu consum redus de energie, care costă în jur de 1 liră, poate economisi, pe o perioadă de şase ani, 250 de kilograme de CO_2 – echivalentul unui zbor scurt.[8]

Investeşte în aparatură electrică eficientă energetic

Când este momentul să îţi reinnoieşti electrocasnicele mari, cum sunt frigiderul, maşina de spălat, uscătorul de rufe şi televizorul, alege modele mai eficiente energetic, ceea ce în mod normal este atestat prin simbolul Energy Star de pe ambalaj. Alege-le pe acelea, de fiecare dată când este posibil. Electrocasnicele cu consum mare de energie cresc cantitatea de emisii de carbon şi alte deşeuri rezultate din funcţionarea centralelor energetice, ceea ce duce în cele din urmă la creşterea nivelului de deşeuri toxice, poluarea aerului şi a apei.[9]

Energia verde

După 5 minute petrecute pe o platformă cum este uSwitch poţi să treci la un furnizor de energie verde, fără să ai întreruperi de curent. Alegând tariful verde, îţi manifeşti susţinerea şi te alături mişcării pentru energie regenerabilă.

Decoraţiunile pentru casă

Trecem mai departe, de la diferitele treburi domestice, la stilul de viaţă. Fie că eşti gazda unei petreceri aniversare, a unei cine cu prietenii sau vrei să pui nişte

decoraţiuni de Crăciun, cea mai bună metodă ca să poţi apoi să faci curăţenie uşor şi să cheltuieşti puţin este să mergi pe un stil mai simplu. Simplu nu înseamnă în niciun caz plictisitor – înseamnă doar că renunţi la decoraţiunile stridente, la o liră bucata, zorzoane şi jucărioare cu luminiţe. Pentru Dumnezeu, nu ai de ce să blochezi spaţiul tău de depozitare îngrămădind în el o mulţime de decoraţiuni pe care le foloseşti doar o dată sau de două ori pe an. în schimb, revino la Mama Natură şi foloseşte mai multe materiale naturale, organice, care vor da casei tale un aspect cochet.

- Foloseşte materiale naturale pentru decorat. Alege crenguţe, flori, fibre 100% organice. Umple câteva borcane din sticlă cu beţe de scorţişoară, conuri de brad şi frunze uscate.
- Caută lumânări de ceară produse sustenabil, ca să creezi o atmosferă specială.
- Dacă nu ai deja un brad din plastic pe care îl poţi folosi în continuare, cumpără un brad adevărat, anul acesta. Dacă nu au niciun loc în care să-l poţi replanta, în majoritatea comunităţilor există variante de reciclare, unde brazii vor fi folosiţi pentru diferite proiecte. Orice ai face, încearcă să eviţi să-l laşi să ajungă la groapa de gunoi. Unele consilii locale oferă un serviciu special de colectare a brazilor. Aceştia sunt o resursă regenerabilă frumoasă.
- în caz că nu vrei să mergi pe varianta naturală, dar vrei să-ţi decorezi bradul de Crăciun sau alte zone din casă, caută de- coraţiuni second-hand, fie online, fie în magazinele vintage.

- Foloseşte mai puţine luminiţe, dacă energia nu provine de la un panou solar sau altă formă de energie regenerabilă. Luminiţele sunt frumoase, dar consumă o grămadă de energie, aşa că dacă n-ai neapărat nevoie de ele, măcar foloseşte mai puţine – factura ta de electricitate îţi va mulţumi.
- Aceleaşi principii se aplică în cazul petrecerilor costumate, cum este cea de Halloween. Majoritatea costumelor conţin foarte mult plastic, sunt scumpe şi sunt purtate doar de câteva ori. încearcă să combini hainele pe care le ai deja cu articole de la magazinele de caritate şi fa schimb cu prietenii, sau fa din costumat o activitate amuzantă pentru copiii tăi şi confecţionaţi-vă singuri îmbrăcămintea, acasă, din lucruri pe care deja le aveţi.

Un bebeluş natural

Cea mai importantă decizie pe care mulţi dintre noi trebuie să o ia este dacă să facă sau nu un copil. Instinctul de reproducere este străvechi, dar există şi perspectiva surprinzătoare că a avea un copil este, pentru natură, cel mai distrugător lucru pe care îl poţi face. în epoca schimbărilor climatice, numărul de familii care consideră că a nu face copii este o decizie morală este un subiect de discuţie în sine. în lume au loc în medie 360 000 de naşteri pe zi – adică 250 de copii pe minut.

Impactul pe care un copil îl are asupra mediului depinde şi de locul în care trăieşti. Amprenta de carbon a unui copil născut în SUA, de exemplu, este de 160 de ori mai mare decât cea a unui copil născut în

Bangladesh.

în Europa, copiii au emisii cam ca şi media globală, iar în Regatul Unit emisiile pentru o persoană obişnuită sunt în jur de 5,8 tone. Dacă aştepţi un copil sau ai deja copii, mai ales preşcolari, integrarea sustenabilităţii în viaţa ta trebuie să fie simplă şi sănătoasă, căci deja cei mici îţi solicită toată atenţia.

Chiar dacă poate ştirile despre climă nu te împing să-ţi refaci planurile familiale, sper că unele informaţii din această carte te vor motiva să adopţi câteva schimbări în stilul de viaţă al familiei tale, pentru a-ţi reduce impactul asupra mediului.

Să fii un părinte conştient de problemele climei poate include grija pentru a alege produse organice de calitate, căutarea unor întrebuinţări noi pentru obiectele pe care le ai deja, folosirea unor articole pentru ceilalţi copii sau donarea lor către cazurile sociale. în acest fel, amprenta de carbon a copilului tău nu va fi foarte mare. Este important să creşti copii bine informaţi şi motivaţi să lupte pentru progresul politicilor în ceea ce priveşte schimbarea climatică şi drepturile omului.

Scutecele

Un copil foloseşte între 4 000 şi 6 000 de scutece înainte să înveţe să folosească oliţa, iar costul pentru bugetul familiei se apropie de 750-l 000 de lire pentru aceşti chiloţi nereciclabili, care au nevoie de mai mult de 500 de ani ca să se descompună la groapa de gunoi, în timp ce generează o grămadă de emisii de CO_2. Prin comparaţie, copiii au nevoie de aproximativ 20-25 de scutece refolosibile. Scutecele refolosibile sunt mai ieftine, pot fi păstrate pentru următorii copii, donate

prietenilor sau persoanelor fără posibilităţi materiale, aşa că impactul lor asupra mediului este mult mai scăzut.

Un scutec refolosibil sună puţin înspăimântător, dar foarte mulţi oameni încep să le folosească, progresiv, din momentul în care devine mai convenabil să facă asta. Scutecele trebuie spălate la fiecare două-trei zile cu apă fierbinte, după ce arunci mai întâi conţinutul la toaletă.

Cel mai sustenabil tip de scutec este o inovaţie recentă a Luisei Kahlfeldt, cunoscut drept scutecul sumo şi este fabricat complet dintr-un material din iarbă de mare şi eucalipt, numit SeaCell. Materialele sunt recoltate sustenabil şi sunt uşor de reciclat după folosire, fără să fie nevoie să îl dezasamblezi. Materialul textil este antibacterian şi bogat în antioxidanţi, aşa că este bun pentru pielea copilului. Dacă scutecele sustenabile nu sunt pentru tine, caută branduri care fac scutece de unică folosinţă, dar care încep să facă efortul de a-şi reduce impactul asupra mediului, folosind materiale din surse sustenabile sau reducând consumul de apă şi energie în procesul de fabricaţie.

Şerveţelele umede pentru bebeluşi

Deşi pe moment îţi fac viaţa uşoară, şerveţelele umede sunt un dezastru. Durează sute de ani până se descompun şi adesea ajung în canalizare şi apoi în oceane. Renunţă la cele de unică folosinţă şi foloseşte şerveţelele din pânză, reutilizabile, sau taie articole mai vechi din bumbac fin şi refoloseşte-le.

Hainele

Copiii cresc incredibil de repede şi nu prea îşi pot da cu părerea despre ceea ce poartă. Dacă vrei să cumperi haine noi, încearcă să alegi haine făcute din fibre naturale, de la branduri etice, sau foloseşte haine second-hand. Dacă ai deja o grămadă de haine de bebeluş acasă şi nu le mai foloseşti, dă-le mai departe cuiva din familie sau din cercul de prieteni sau donează-le.

Alăptatul

Alăptarea este remarcabil de ecologică, de fapt a fost numită cea mai ecologică hrană disponibilă pe Pământ. Produce zero deşeuri, zero gaze de seră şi are zero consum de apă. Dacă alăptatul este o opţiune în familia ta, vei economisi cantităţi considerabile de apă şi energie, necesare producerii laptelui praf.

Jucăriile

învaţă copiii să preţuiască experienţele mai mult decât obiectele.

Călătoriile: ruşinea de a zbura

De la a mânca mai puţină carne la a folosi mai puţin plastic, am văzut în câte feluri ne putem reduce amprenta de carbon – cantitatea totală de emisii de gaze de seră pe care o producem prin acţiunile noastre. Gazele de seră sunt gaze din atmosferă care contribuie

la încălzirea globală şi schimbarea climatică, şi cu toate că ştim că aproape orice aspect al vieţii noastre are o amprentă de carbon, mare parte din ea este generată de transport, care include maşinile şi trenurile – dar de departe cea mai mare sursă este transportul aerian.

Poate că citeşti asta şi tu n-ai zburat vreodată şi nici nu plă- nuieşti să o faci, sau poate preferi călătoriile lungi şi foloseşti transportul feroviar în vacanţele de vară. Dacă este aşa, este minunat, deoarece produci cu până la 90% mai puţine emisii de carbon fiindcă nu zbori cu avionul.

în acest moment, zborurile sunt responsabile pentru 2,5% din producţia globală de dioxid de carbon şi întrucât avioanele zboară mai aproape de atmosferă, creează mai mult rău decât transportul terestru. Este o cifră pe care chiar şi industria respectivă o acceptă, dar, în realitate, oamenii de ştiinţă ţin de fiecare dată să sublinieze că asta este numai o jumătate de adevăr, deoarece aviaţia emite şi oxid de azot, vapori de apă şi micropar- ticule care au la rândul lor un impact asupra încălzirii globale.

O combinaţie a tuturor lucrurilor spuse mai sus face avioanele să fie atât de poluante. Deşi autorităţile încearcă să pună presiune pe companiile aeriene pentru a-şi reduce impactul, cererea pentru călătorii cu avionul creşte rapid. La scară macro, industria aerului joacă un rol uriaş în asigurarea transportului de bunuri. Lanţurile globale de aprovizionare, de la alimente la transportul medical, şi de intervenţie urgentă depind enorm de avioane, care sunt cele mai rapide mijloace de transport. Transportul aerian acoperă în jur de 0,5% din totalul

transporturilor comerciale mondiale, dar ca valoare este peste 35%, deoarece obiectele trimise pe calea aerului sunt dintre cele mai scumpe, de exemplu mâncarea perisabilă sau articolele cu termen mic de valabilitate. Atât pentru uz personal cât şi pentru uz comercial, peste 65 de milioane de locuri de muncă sunt generate de aviaţie şi au legătură cu industria turismului. Printre ele, peste 10 milioane de oameni lucrează direct în industria aviatică[10], aşa că aceasta nu este o industrie ce va dispărea prea curând.

Ar putea călătoriile să devină prietenoase cu mediul?

Pe măsură ce creşte gradul de conştientizare a nevoii de a ne reduce amprenta individuală de carbon ca să oprim catastrofele climatice, industria aeriană este constant presată să găsească soluţii eco. Pentru ca transportul să devină mai ecologic trebuie impuse reguli mai stricte în sectorul privat, întrucât progresele în sectorul aero sunt relativ mici şi costisitoare.

Avioanele cu reacţie care funcţionează în zilele noastre sunt, cu toate acestea, cu mult peste 80% mai eficiente decât primele avioane din anii 1960, în ceea ce priveşte consumul de combustibil per kilometru. Deşi nu putem aştepta încă 60 de ani pentru astfel de progrese, trebuie să avem încredere în omenire şi în cei care lucrează în industrie că inovaţia şi progresul sunt posibile. Companiile contează pe o nouă generaţie de avioane, mai puţin poluante. Tehnologii noi, cum sunt avioanele electrice şi folosirea bio combustibililor, care

ar putea reduce efectul zborurilor asupra mediului, sunt în proces de dezvoltare. Dar acesta este un proces relativ lent, care cere o mulţime de teste de siguranţă. Unele linii aeriene încearcă să crească eficienţa pe termen scurt reducând greutatea pe care o poartă fiecare zbor, acceptând mai mulţi pasageri şi reducând distanţele. Timpul nu este de partea industriei aviatice şi, până acum, câteva dintre soluţii nu rezolvă decât o parte din problemă, iar călătoriile aeriene rămân greu de purificat.

Pe măsură ce tensiunea dintre cererea pentru călătorii aeriene şi creşterea îngrijorării pentru schimbările climatice se intensifică şi creează nesiguranţă în industrie, ONU lucrează la stabilirea unui cadru pentru liniile aeriene, care să le scadă contribuţia la schimbările climatice, la scară largă. De curând, liderii marilor companii aeriene au recunoscut public provocările cu care se confruntă şi au acceptat că industria nu evoluează în ritmul în care ar trebui. Un lucru este sigur, discuţia trebuie să arate faptul că, în timp ce din punct de vedere moral o schimbare este necesară, ea poate aduce şi noi oportunităţi de afaceri. Dacă am putea demonstra cumva că transportul eco-logic este mai avantajos pentru o companie aeriană, s-ar putea să asistăm la progrese semnificative în timpul vieţii noastre.

Avioanele conectează oamenii de locuri şi oportunităţi şi sunt atât de multe beneficii incredibile care vin din a putea vedea alte zone ale lumii şi a

cunoaşte culturi diferite. Dar chiar este necesar să călătorim atât de mult, sau numărul zborurilor noastre este indus de o industrie care promovează un stil de viaţă? Pe lângă costul scăzut artificial al biletelor de avion, este alegerea noastră de a zbura un simbol al puterii de a consuma? Dacă zbori de plăcere sau pentru afaceri, este important să cunoşti complet magnitudinea impactului pe care un singur zbor îl are asupra planetei.

- Opt sute nouăzeci şi cinci de milioane de tone de CO_2 au fost produse de zborurile din toată lumea în 2018. La nivel global, toţi oamenii au produs puţin peste 42 de miliarde de tone de CO_2 în acelaşi an.
- în 2018, aproape 4,4 miliarde de pasageri au fost transportaţi de liniile aeriene din toată lumea.
- O singură călătorie cu avionul, de la New York la Londra, topeşte până la 3 metri pătraţi din gheaţa arctică.
- Grupul de mediu *German watch* a estimat că o singură persoană care face o călătorie dus-întors din Germania în Caraibe produce aceeaşi cantitate de emisii pe care o au 80 de locuitori din Tanzania într-un an întreg – în jur de 4 tone de CO_2.
- în 1945, un australian care câştiga salariul mediu pe economie avea nevoie de 130 de săptămâni ca să-şi permită un bilet ieftin pentru cursa aeriană Sydney-Londra şi retur. în 2009, avea nevoie de numai 1,7 săptămâni.[11]

O altă statistică ciudată arată că numai 6% din

populaţia globului a zburat măcar o dată, dar având în vedere creşterea economică şi globalizarea, probabil că numărul va creşte rapid. Potrivit studiilor făcute de gigantul bancar UBS, piaţa călătoriilor aeriene are o creştere anuală între 4 şi 5%, ceea ce înseamnă că cifrele totale se dublează la fiecare 15 ani[12] şi, prin urmare, cererea în creştere pentru zboruri depăşeşte orice posibilitate de reducere a emisiilor de gaze. Dar bineînţeles că nu putem reduce emisiile refuzându-le celor care n-au zburat niciodată şansa de a zbura, nu? Şi cum facem cu proiectele de expansiune a aeroporturilor în lume, cărora activiştii pentru climă li se opun atât de stăruitor?

îţi poţi schimba obiceiurile?

Există variante extreme, cum este cazul Gretei Thunberg, de a călători dintr-o ţară în alta doar cu trenul, de câte ori este posibil. Sau, când a trebuit să treacă Atlanticul pentru a participa la summitul pe probleme de climă de la New York şi apoi la cel din Chile, în septembrie 2019, Greta a făcut o călătorie de două săptămâni şi zero emisii pe un iaht de curse fără emisii de carbon.

Te pot convinge exemple precum cel al Gretei să-ţi schimbi obiceiul de a zbura sau chiar să renunţi complet la zboruri?

în cele din urmă, dacă nu putem schimba sistemul, deciziile de călătorie ne aparţin fiecăruia. La nivel personal, există variante, chiar dacă nu perfecte, prin care poţi contribui pozitiv, de la compensarea

consumului de carbon, la reducerea deşeurilor pe care le produci în călătorii. Evită să cumperi mâncare sau alte lucruri în avion, pentru că totdeauna sunt învelite în plastic, după cum îţi voi povesti mai târziu.

E important să ţii cont că zborurile pe distanţă scurtă, sub 500 de kilometri, sunt cele mai poluante, pentru că este nevoie de multă energie ca avionul să se ridice în aer şi apoi să coboare. O călătorie tur-retur de la Londra la Paris, de exemplu, va produce 110 kg de CO_2 per avion, în timp ce una cu trenul doar 6,6 kg. Călătoriile mai scurte sunt cele mai simplu de înlocuit cu trenul sau maşina şi astfel ţi-ai putea reduce amprenta de carbon.

într-un avion eşti literalmente într-un tub de metal şi plastic. Totul este învelit în plastic, de la pătură la tacâmuri şi mâncare – chiar şi minitrusele din cursele pe distanţe lungi. Acest lucru este necesar pentru a reduce prezenţa germenilor în interiorul navei, unde aerul este recirculat.

Dacă sau când vei zbura din nou cu avionul, priveşte în jurul tău pentru câteva minute şi observă cât de multe deşeuri rămân de la ceilalţi pasageri. De la sticle de apă din plastic, pahare de unică folosinţă, tacâmuri din plastic, beţişoare pentru amestecat băutura, ambalaje de mâncare – suficiente cât să-ţi provoace un atac de panică. Călătoritul este ca orice alt aspect al vieţii, aşa că aplică în călătoria ta principiile pe care le-ai citit în această carte. Iată câteva lucruri pe care să le ţii minte:

- Zboară mai rar.
- Redu numărul escalelor când este posibil şi alege zboruri directe.
- Dacă zbori în interes de serviciu sau de afaceri,

discuţiile video (pe Skype) ar putea fi o variantă? Desigur, uneori nimic nu poate înlocui interacţiunea faţă în faţă cu colegii sau supravegherea proiectului.

- Ia trenul sau alt mijloc de transport terestru în loc să iei avionul, mai ales în călătoriile scurte.
- Foloseşte bilete digitale când este posibil şi evită-le pe cele printate.
- Renunţă la minitrusele de toaletă din aeroporturi, exagerat de scumpe – personificarea ridicolului din ideea „de unică folosinţă” în favoarea celor reutilizabile, în care să-ţi pui tu exact cât ai nevoie din produsele fără de care nu te poţi descurca.
- Dacă îţi este greu să strecori toate obiectele de toaletă în punga transparentă de plastic pe care ţi-o dau cei responsabili cu paza aeroportului, caută o versiune solidă a acelor produse. Caută variante solide pentru orice, de la şampon, balsam, parfum solid sau pudră, la deodorate.
- Călătoreşte cu propria sticlă reutilizabilă de apă: majoritatea aeroporturilor au dozatoare de unde o poţi umple şi la fel au şi multe avioane, aşa că nu ezita să rogi stewardesa să ţi-o umple.
- Ia cu tine şi celelalte obiecte reutilizabile, cum ar fi un pahar pentru cafea şi tacâmuri.
- Evită să desfaci pungile cu obiecte de toaletă din avion, foloseşte-le pe ale tale.
- Refuză cât poţi să foloseşti obiecte din plastic în timpul zborului. Avioanele, mai ales zborurile cu cost scăzut, sunt pline de plastic. Spune nu.
- Adu-ţi propria mâncare şi mănâncă produse vegetariene/ vegane la bord (ţine minte că acum eşti

rugat să nu mănânci nuci dacă la bordul avionului este cineva care are alergie la nud).

- Dacă faci un zbor lung, de obicei primeşti o pătură şi o pernă ambalate în plastic – evită folosirea lor, când poţi.

Reducerea amprentei de carbon

Pentru că noi nu putem controla ritmul în care se dezvoltă industria aeriană, una dintre cele mai simple căi de a reduce impactul zborurilor pe care le faci asupra mediului este să participi la scheme de reducere şi compensare a carbonului. Oamenii pot contribui sau se pot revanşa pentru emisiile produse în timpul zborului sau al altui mijloc de transport susţinând programe de plantare a copacilor sau proiecte pentru energie verde, acţiuni care neutralizează în oarecare măsură efectul emisiilor pe care le-au provocat.

Desigur, compensarea pentru emisia de carbon nu rezolvă problema morală a zborului şi astfel ai fi mai puţin dispus să-ţi schimbi comportamentul. Unii susţin că această compensare este un lux, pentru că înseamnă să cheltui bani şi nu toţi îşi pot permite să facă asta, dar şi pentru că se pierde din vedere fondul profund al problemei emisiei de carbon. Emisiile de carbon înseamnă creşterea temperaturii, pe care o numim încălzire globală, precum şi fenomene meteorologice extreme, care distrug fauna sălbatică şi habitatele, contribuie la creşterea nivelului mării şi au o mulţime de alte efecte.

Bineînţeles că, dacă nu am emite atât de multe gaze

de seră, nu am avea nevoie de proiecte care să compenseze amprenta de carbon. Compensarea nu face să dispară dioxidul de carbon produs atunci când zbori. Acesta, desigur, ajunge direct în atmosferă, dar astfel de programe pot reduce emisiile de CO_2 în altă zonă a lumii. Pentru aceia dintre noi care trebuie neapărat să călătorească cu avionul, compensarea carbonului este o formă economică viabilă şi eficientă de a ne asuma responsabilitatea pentru emisiile pe care le provocăm.

Afla amprenta de carbon a zborului tău

Când iei avionul, dioxidul de carbon va ajunge în atmosferă chiar dacă îl vei compensa sau nu. Compensarea este mai bună decât nimic. Sună minunat, dar puţini oameni folosesc scheme de compensare, pentru că pur şi simplu nu ştiu că există sau nu sunt hotărâţi pe care să o aleagă. Iată cum să compensezi:

- Pasul 1: calculează-ţi emisiile folosind un calculator online.
- Pasul 2: alege un proiect de compensare din oferta online.
- Pasul 3: începe să-ţi compensezi emisiile.

Schemele de compensare se bazează de obicei pe măsurarea tonelor de CO_2 produse de fiecare zbor pe care îl faci, cu ajutorul programelor disponibile online. Apoi investeşti într-un proiect care reduce nivelul de CO_2 $^{cu\ 0}$ cantitate echivalentă celei produse de zborul tău.[13] Pentru cei mai mulţi dintre noi, să calculezi aşa

ceva sună complet nefamiliar şi derutant, aşa că au fost dezvoltate mai multe scheme de calcul prin care să afli cât dioxid de carbon ai produs zburând. Cei mai simpli indicatori sunt câţi kilometri ai zburat, deşi alţii ar putea lua în considerare la ce clasă ai avut bilet, ce tip de aeronavă a fost şi cât de eficient foloseşte combustibilul, numărul de pasageri şi rata de ocupare a locurilor, poate chiar şi momentul din zi şi condiţiile meteo din timpul zborului. Fiecare schemă de compensare a carbonului calculează diferit. Dacă faci zboruri lungi, s-ar putea să fie mai simplu să faci un tabel în care să ţii evidenţa zborurilor dintr-o anumită perioadă, să zicem la câteva luni distanţă, apoi să le compensezi pe toate odată.

Te întrebi de ce contează clasa la care ai bilet de zbor? La business sau clasa I, spre deosebire de cea economică, sunt semnificativ mai puţini pasageri, ceea ce înseamnă că spaţiul este folosit mai puţin eficient.

Ce *schema ar trebui sa foloseşti?*

Deoarece companiile şi organizaţiile au scheme care funcţionează diferit, suma pe care o plăteşti variază şi ea, poate fi derutant modul în care acestea cer tarife diferite pentru aceeaşi activitate.

Dacă te gândeşti să plăteşti ca să compensezi amprenta de carbon din timpul zborului tău, cum naiba ar trebui să o faci? Online-ul este plin de companii care susţin că fac lucruri impresionante şi site-uri cu poze cu păduri luxuriante şi şuvoaie de apă curată, dar nu toate respectă standardele şi nu toate sunt transparente cu

privire la ce fac cu banii. Să cerni binele de rău nu este uşor, dar uite câteva lucruri pe care organizaţia Gold Standard le recomandă (Gold Standard analizează proiectele potrivit regulilor stabilite de protocolul de la Kyoto), după ce a petrecut ceva timp ca să le investigheze şi certifice pe cele mai bune. întotdeauna asigură-te că alegi să finanţezi mai degrabă un proiect anume decât portofoliul unei companii, ca să poţi urmări unde ajung banii tăi şi să simţi că ai făcut o alegere eficientă. Unele dintre cele mai bune scheme de compensare a dio- xidului de carbon au trecut de multă vreme pe proiecte legate de energie – de la distribuirea cuptoarelor de gătit eficiente, la captarea gazului metan generat de gropile de gunoi. Astfel de proiecte din domeniul energetic sunt gândite să aibă un impact permanent, mai mare decât cel al plantărilor de copaci; în plus, ajutăfamiliile sărace să economisească banii pentru combustibil şi să ridice calitatea aerului din casa lor.

Totuşi, cel mai simplu este să compensezi direct prin linia aeriană, când îţi cumperi biletul de zbor. Cam o treime din companiile aeriene îţi permit să plăteşti o taxă în plus peste tariful de zbor, taxă ce este donată fie către propriul lor program de compensare, fie către al altora. Schemele de compensare recomandate sunt mai degrabă pentru proiecte din domeniul energetic decât pentru cele de împădurire, de exemplu:

Climate Care (www.climatecare.org) Aceasta este o companie care are principii etice şi personal foarte

implicat în practicile lor pentru natură. Au un calculator online foarte bun care te ajută să afli amprenta de carbon a călătoriei tale, nu doar a celei cu avionul, ci şi a celor făcute cu maşina, a consumului domestic de energie, a evenimentelor la care participi şi a afacerilor.

Gold Standard (www.goldstandard.org) este considerată de multe ONG-uri respectate la nivel global ca fiind organizaţia cu unul dintre cele mai riguroase standarde climatice. Asta înseamnă că fiecare liră cheltuită ca să compensezi prin ei nu numai că va compensa CO_2-ul – au în portofoliu peste 1 700 de proiecte în 80 de ţări, dintre care să alegi –, dar fiecare proiect aduce valoare pentru comunităţile locale şi ecosisteme şi contribuie într-un mod măsurabil la atingerea obiectivelor de dezvoltare durabilă.

Dacă lucrezi pentru o companie cu angajaţi care călătoresc frecvent, încurajează firma să deschidă o schemă de compensare ce poate fi parte din strategia de responsabilitate socială a companiei (RSC); va da bine şi pentru imaginea lor.

CALCULE PERSONALE, CU AJUTORUL *CLIMATE CARE*

N-aş putea scrie asta fără să fiu complet cinstită în legătură cu propriile obiceiuri de călătorie, iar cei care mă cunosc personal pot să confirme cât de semnificativă este amprenta mea de carbon generată de zboruri. De la o vârstă fragedă, şansa de a călători mi-a deschis orizontul şi mi-a oferit experienţe incredibile, care m-au format ca om. în prezent, timpul pe care-l petrec în aer este mai ales pentru muncă şi afaceri, iar dacă nu cumva voi decide să-mi schimb jobul, acest timp va rămâne mai mare decât cel petrecut de o persoană obişnuită.

lată câteva zboruri pe care le fac frecvent, majoritatea în interes de serviciu. Şi îmi calculez emisiile de carbon pe site-ul climatecare.org:

Londra-Madrid şi retur:
0,39 tone de CO_2
2 488,80 de kilometri parcurşi
2,91 lire cost de compensare

Londra-Ghana şi retur:
I, 53 tone de CO_2
10 201,71 de kilometri parcurşi
II, 46 lire cost de compensare

Londra-Kenya şi retur:
2,05 tone de CO_2
13 683,52 de kilometri parcurşi
15,37 lire cost de compensare

Costul total de compensare pentru trei dintre rutele mele principale este de 29,74 lire. Eu aleg

să susţin proiecte locale, care oferă valoare comunităţilor din ţări în curs de dezvoltare, dar şi mediului, susţinute de certificări de compensare verificate şi credite de carbon.

Câteva dintre proiectele mele preferate sunt LifeStraw Carbon for Water, care alimentează oamenii din Kenya cu apă curată de băut şi Gyapa Stoves din Ghana, care produc cuptoare eficiente energetic, ce reduc emisiile de fum dăunătoare.

Proba viitorului: reţelele sociale şi „afacerile cu un scop”

„închipuie-ţi că pomii ne-ar oferi semnal WiFi. Am planta atât de mulţi copaci că probabil am salva şi planeta. Păcat că ei nu produc decăt oxigenul pe care îl respiram.”

Tarun Sarathe

Reţelele sociale sunt un instrument incredibil, plin de informaţie, care a revoluţionat industrii întregi, mai ales pe cea de marketing, cu modul în care brandurile interacţionează cu consumatorii. Peste 3,4 miliarde dintre noi, în întreaga lume, folosim reţelele sociale zilnic. Limitele de timp şi spaţiu dispar şi oamenii care gândesc la fel, precum şi afacerile, sunt aduşi împreună, indiferent de locul lor pe glob. Drept rezultat, nu suntem doar cea mai conectată generaţie,

suntem şi cea mai bine informată.

Nu mai avem scuza că nu ştim ce se întâmplă în lumea în care trăim. Putem folosi reţelele sociale nu doar ca să aflăm despre probleme fundamentale cum este schimbarea climatică, dar şi ca să ne împărtăşim părerile, să ne facem auzită vocea şi să obţinem susţinere pentru lucrurile în care credem. Dar, împletit cu puterea de informare a reţelelor sociale, există şi un parazit mental ce creează o lume în care nimic nu este niciodată destul, şi pe măsură ce ne străduim să obţinem mai mult, nu consumăm doar resursele proprii, ci şi pe cele ale planetei. Mai mult de jumătate din oamenii de pe glob folosesc zilnic reţelele sociale, iar 54% dintre ei le folosesc pentru a afla mai multe despre produse şi pentru a face cumpărături. 90% dintre aceşti cumpărători sunt din generaţia milenialilor sau din Generaţia Z. Starea noastră interioară este modelată de felul în care arătăm pe dinafară, iar minţile noastre sunt un rezultat al mediului în care trăim.

Acest capitol studiază creşterea reţelelor sociale, comportamentul consumatorului şi cum ar putea arăta viitorul „afacerilor cu un scop”. Toate acestea sunt susţinute de vocile a câtorva în- fluenceri incredibil de profesionişti din lumea afacerilor şi interesaţi de protejarea mediului, care mi-au împărtăşit gândurile lor pentru acest capitol.

Reţelele sociale şi lumea noastră modernă J J

Nu există legătură directă între reţelele sociale şi schimbarea climatică. Platformele reţelelor sociale nu au contribuit neapărat la emiterea gazelor de seră, la criza de plastic sau la dezvoltarea modei rapide. Dar sunt un element fundamental în dialogul nostru despre climă, pentru că reţelele sociale nu sunt doar o mişcare a generaţiei Z – sunt integrate în cultura noastră şi au legătură directă cu multe dintre deciziile pe care le luăm. în prezent, britanicul obişnuit petrece peste 34 de ore pe săptămână online, pe smartphone, uitându-se pe ecran, dând like, share, aruncând un ochi, în treacăt, sau răspunzând gândurilor altor oameni. Tinerii sunt atât de dependenţi încât îşi verifică telefoanele, în medie, la fiecare 8,6 minute[1], iar mulţi dintre ei spun că citesc ştirile pe platformele reţelelor sociale. Putem spune atunci că reţelele sociale sunt singurele care ne modelează ideologia, convingerile şi comportamentul de consumator şi că ne influenţează percepţia asupra problemelor sociale şi ştiinţifice, cum ar fi schimbarea climatică.

O primă şi foarte populară definiţie a reţelei sociale spunea că este „o structură online în care indivizii îşi folosesc profilele pentru a se conecta cu alţi indivizi şi a crea liste cu profilurile prietenilor”[2]. Da, asta era definiţia prin 2007. Asta avea Mark Zuckerberg în minte când a construit Facebook. Platforma încă mai este, în mare măsură, aceeaşi care reuşeşte să interconecteze oamenii – nimeni nu intră pe Facebook sperând să vadă

reclama unei firme, dar o vor tolera dacă este personalizată şi dacă aceasta oferă ceva valoare autentică.

în acest moment, reclamele şi discursurile sunt scrise şi re- scrise în fiecare zi de cei care participă la reţelele sociale. Folosind algoritmi şi inteligenţă artificială, anumite platforme sociale distribuie fluxuri de conţinut care reflectă convingerile noastre şi preferinţele politice, mai degrabă decât conţinut ştiinţific verificat care ne-ar putea pune la îndoială bias-urile. (Acest termen la modă a fost preluat din limba engleză şi este extrem de folosit. Traducerea lui înseamnă: *preferinţă, înclinaţie, idee preconceputǎ. – n.r.)* Anumite companii chiar s-au specializat pe folosirea imorală a reţelelor sociale, sub masca „engagement-ului”
(adică, numărul de acţiuni întreprinse de utilizatorii reţelelor într-o unitate de timp), încercând să ne zăpăcească minţile cu ştiri false şi titluri aţâţătoare. Engagement-ul nostru determină tipul de conţinut pe care îl vom vedea mai departe. Acesta este, probabil, momentul în care noi, ca indivizi, trebuie să reconsiderăm autenticitatea lucrurilor în care credem şi „hrana” vizuală pe care o consumăm.

Mediul înconjurător şi reţelele sociale

Cercetarea din spatele comunicării online pe teme de mediu nu este foarte stufoasă; datele sunt puţine, în creştere continuă, iar eficienţa postărilor despre climă este puţin cunoscută. Un capitol ideal despre reţelele sociale ar trebui să îţi poată spune că un număr X de

organizaţii de mediu sau pentru oceane există pe Instagram şi un număr Y pe Facebook, care este reach-ul (adică numărul de persoane care le-au văzut postările într-o anumită perioadă de timp) lor total şi eficienţa. Din păcate, după ore de căutat pe Google, am găsit foarte puţine cifre destul de clare ca să le pot cita, iar majoritatea se bazează pe păreri.

într-o notă mai convenţională, veştile sunt mai degrabă triste: când vine vorba despre ştirile legate de mediu există o gaură neagră virtuală, deoarece multe site-uri de ştiri preferă subiectele cu infracţiuni sau de divertisment în locul celor despre mediu. Când vine vorba despre schimbarea climatică, marile nume din mass-media n-au reuşit să ne informeze cu privire la descoperirile ştiinţifice importante şi rapoartele ONU şi s-au mulţumit în schimb să povestească despre problemele jucătorilor implicaţi în negocieri. Ştirile despre schimbarea climatică sunt de obicei asociate cu conţinutul negativ, cum sunt dezastrele naturale, scurgerile de petrol, topirea calotei polare sau moartea faunei marine în urma ingerării plasticului. Asta nu înseamnă că presa nu produce jurnalism de calitate pe acest subiect, dar nici în trecut articolele apărute în presa tradiţională nu au reuşit să ofere date substanţiale despre mediu, iar articolele citau statistici diferite, crescând astfel neîncrederea publicului în argumentele care atestă schimbarea climatică.

Am mai putea crede că presa generală se teme să înfricoşeze oamenii, expunând un scenariu apocaliptic referitor la felul în care *ar putea* arăta viitorul. Deşi este

clar că problemele de mediu nu apar mereu pe primele pagini, agenţiile de presă vorbesc acum, aproape zilnic, despre problemele de mediu. Presa nu se mai poate eschiva în spatele unor scenarii posibile, ideale, construite de oamenii de ştiinţă; în prezent predomină ştirile despre dezastre naturale şi catastrofe climatice la scară largă. Schimbarea climatică este noua realitate.

Grupuri precum *Extinction Rébellion* au folosit presa pentru a cere autorităţilor guvernamentale să spună adevărul despre schimbarea climatică. Acest lucru nu a avut loc fără efort: la începutul existenţei grupului, au acuzat presa tradiţională că a păstrat prea multă vreme tăcerea referitor la impasul ecologic în care ne aflăm. Deşi cele două părţi s-ar putea să nu se poată pune de acord cu privire la ce ar trebui expus şi ce nu, explozia de greve iniţiate la nivel global de grupuri precum Extinction Rébellion şi tânăra lideră Greta Thunberg au adus o îmbunătăţire semnificativă în difuzarea ştirilor despre climă. Milioane de oameni de pe tot globul şi sute de mii de persoane din Regatul Unit au trimis un mesaj clar despre cât de urgent trebuie să acţionăm. Numărul mare de proteste şi activismul intens au devenit imposibil de ignorat de către mass-media.

Politicienii pot interveni, iar partidele politice plătesc presa să scrie despre schimbarea climatică intr-un anumit fel sau în termeni atât de vagi încât lucrurile sunt prea complicate pentru omul obişnuit. Puterea reţelelor sociale constă în faptul că sunt platforme democratice, pe care oamenii pot spune adevărul. De exemplu, presa din India promovează o atitudine naţionalistă asupra schimbării climatice, pretinzând că

acceptarea reducerii emisiilor de carbon va limita creşterea economică a Indiei. La polul opus, presa japoneză a reuşit să armonizeze legătura dintre cantitatea de ştiri despre schimbarea climatică şi interesul publicului pentru acest subiect? Cu toate acestea, uneori, presa ignoră difuzarea gravităţii schimbării climatice, nu scrie despre protestele de mediu şi evită în mod abil să discute despre forţele şi oamenii din spatele distrugerii planetei noastre. Ideea că politicienii şi un vot ne vor salva nu este destul, acţiunea necesară schimbării sistemului nu mai poate aştepta – „Ei” nu o vor face, aşa că trebuie să te implici *tu.*

Adesea, titlurile care predomină în materialele despre proteste, precum cele organizate de Extinction Rebellion, pot fi înşelătoare, insinuând că aceasta este o luptă pe care numai guvernul o poate duce. De multe ori este subliniat faptul că nu este de competenţa individului, ci a guvernului să facă schimbări. Trebuie să începem să redefinim discuţiile despre climă, să strigăm sus şi tare că este şi responsabilitatea indivizilor să-şi schimbe stilul de viaţă şi obiceiurile de consum. Aducând problema schimbării climatice la nivel de individ şi insistând mai mult pe acest unghi, putem face acest subiect inteligibil şi uşor de povestit maselor. Putem încuraja şi abilita mai mulţi oameni să deschidă discuţia despre climă în propria casă şi să reevalueze felul în care contribuie la ea. Cea mai mare greşeală este să crezi că schimbarea climatică este o problemă de care trebuie să se ocupe altcineva. Nu este aşa; este problema noastră, a tuturor, iar noi trebuie să ne confruntăm cu ea şi să o rezolvăm. Trebuie să începem

să definim schimbarea climatică drept o problemă ce poate fi înţeleasă de oricine şi la care fiecare dintre noi contribuie, într-un fel sau altul – şi care ne afectează personal, pe fiecare dintre noi.

Acţiuni prietenoase cu clima, prin intermediul reţelelor sociale

Puterea de control pe care reţelele sociale o au la nivel global asupra minţii tinerilor este uşor terifiantă, dar în acelaşi timp platformele sociale oferă spaţiu pentru mai multe voci care îşi pot răspândi părerile despre lucrurile de care le pasă. Hashtag- urile #plasticfree şi #zerowaste sunt dintre cele mai populare online, iar oamenii îşi împărtăşesc diverse trucuri care îi ajută să aibă un stil de viaţă ce produce mai puţine deşeuri. Apariţia grevelor climatice organizate, a postărilor pe teme de mediu şi a conţinutului despre sustenabilitate sunt o dovadă că oamenii vor să afle mai multe ştiri despre climă.

Deşi reţelele sociale ne permit să ne grupăm şi să ne mobilizăm în lupta pentru soluţionarea schimbării climatice şi pentru educaţie de mediu, ea poate fi subminată de o persoană influentă sau un grup cu o părere diferită. Echilibrarea modului în care putem folosi întregul potenţial al reţelelor sociale pentru rezolvarea unor probleme, cum ar fi schimbarea climatică, este un aspect pe care generaţia actuală şi cea viitoare rămâne să îl exploreze. Deşi există multe întrebări care aşteaptă răspuns, pe măsură ce viaţa noastră digitală continuă să evolueze, dacă ne concentrăm pe partea

pozitivă, reţelele sociale s-ar putea să fie chiar acele instrumente moderne de care are nevoie planeta noastră.

Reţelele sociale sunt un loc unde indivizii îşi pot manifesta apartenenţa şi se pot identifica cu un anumit trib. Publicând, dând like şi validând un anumit tip de conţinut, generăm valori sociale, indiferent de subiect. Aceste platforme încurajează conştientizarea schimbării climatice, ajută la mobilizarea activiştilor de mediu şi sunt un instrument-cheie în comunicarea unor teme pentru organizaţiile care luptă pentru respectiva cauză. Mai trebuie spus şi că reţelele sociale au devenit puternice în urma dezastrelor cauzate de schimbarea climatică. Acestea au avut un rol vital în coordonarea acţiunilor de salvare şi simplificarea operaţiunilor în gestionarea unor astfel de catastrofe.

în ciuda neajunsurilor pe care le au, reţelele sociale ne oferă spaţiul virtual pe care putem discuta, educa şi dezbate schimbarea climatică, aşa că trebuie să folosim uneltele digitale moderne disponibile ca să iniţiem dialoguri cu alţi cetăţeni şi factori de decizie. Acesta este locul unde tu, ca individ, îţi poţi folosi vocea pentru a transmite informaţii corecte despre climă familiei şi cercului tău social.

Puterea influencerilor

Reţelele sociale au avut şi impact pozitiv, şi negativ asupra mişcării climatice, depinde de ce parte a problemei te situezi. Anu- miţi indivizi au puterea să

obţină în mediul online o atenţie imensă asupra muzicii pe care o ascultă, a hainelor pe care le poartă, a mâncării, vorbelor sau faptelor lor.

Presupun că urmăreşti măcar câţiva influenceri pe diverse reţele sociale. Dacă foloseşti Instagram, deschide-l acum şi aruncă un ochi prin el. Probabil că în numai câteva secunde vei vedea măcar o persoană pe care o urmăreşti promovând un anumit brand. Aceşti oameni sunt cunoscuţi drept influenceri.

Un influencer este o persoană care are puterea de a influenţa decizia de cumpărare a altora, datorită autorităţii sale, a cunoştinţelor, poziţiei şi relaţiei pe care o are cu publicul său. în momentul de faţă, marketingul de conţinut pentru branduri poate fi mult mai ieftin decât marketingul tradiţional, în funcţie de influencer. Generarea de conţinut online este un loc de muncă cu normă întreagă pentru mii de oameni la nivel global şi este o poziţie la care aspiră mulţi adolescenţi.

Fie că eşti sau nu de acord cu apariţia influencerilor – ce sunt ei, cum monetizează reţelele sociale pentru a-şi dezvolta afacerile şi dacă ai sau nu încredere în ei prezenţa lor este incredibil de puternică. Aproximativ 5,6 miliarde de dolari au fost cheltuite pe Instagram pentru marketing prin influenceri, în 2018. Brandurile recunosc că marketingul de conţinut costă cu 62% mai puţin decât marketingul tradiţional şi produce, în medie, de trei ori mai multe rezultate.

întrebarea importantă pentru noi este cum îşi pot folosi în- fluencerii platformele pentru binele comun, cum ar fi creşterea conştientizării schimbării climatice?

în prezent, există un număr în creştere de bloggeri care au început să-şi folosească platformele pentru a promova un stil de viaţă sustenabil, modă şi dietă pe bază de plante. Eu susţin deschis conştientizarea schimbării climatice prin crearea de conţinut şi parteneriate de brand. Puterea lor nu se limitează la a educa, ci mai mult, încurajează schimbarea sustenabilă în rândul maselor şi, ca rezultat, brandurile au început să se alinieze punctului de vedere al influencerului, realizând că a face bine este la modă.

Unii dintre influencerii sustenabili şi organizaţiile mele preferate, care crează conţinut inspiraţional şi îşi folosesc platformele sociale în scopuri bune, şi-au spus mai jos părerea despre cum şi de ce reţelele sociale sunt nişte instrumente grozave pentru salvarea planetei.

Zanna Van Dijk
Blogger care scrie despre fitness, mâncare şi stil de viaţa conştient; @Zannavandijk

î: Cum şi de ce sunt reţelele sociale nişte instrumente grozave pentru a ajuta la salvarea planetei şi a încuraja acţiunea?
R: Fiecare persoană are puterea de a-i influenţa pe ceilalţi prin intermediul reţelelor sociale, fie că ai 100 sau 100 000 de urmăritori. Pur şi simplu distribuind mai departe ceea ce ai aflat despre climă, nu ştii niciodată pe cine ai putea inspira să facă o schimbare în bine. S-ar putea să pui în lumină acest subiect pentru o persoană care nu se mai gândise până atunci la aşa ceva şi prin puterea exemplului, şi arătând ce schimbări sustenabile ai făcut tu, ceea ce realizezi îi poate încuraja pe alţii să ţi se alăture. Cinstit vorbind,

posibilităţile reţelelor sociale sunt infinite şi încurajez pe toată lumea să înceapă să-şi împărtăşească online călătoria către un stil de viată sustenabil – chiar dacă sunt doar câteva fărâme, ici şi colo.

î: De ce ai ales să îţi foloseşti canalele de comunicare pentru a răspândi mesaje semnificative?
R: Sunt norocoasă să am o platformă urmărită de câteva sute de mii de oameni – este un adevărat privilegiu. Şi nu vreau să bagatelizez asta. îmi iau foarte în serios rolul de influencer şi vreau să fiu o influenţă pozitivă, un blogger cu un scop. îmi dă un sentiment de împlinire să-mi pot împărtăşi pasiunea pentru planetă cu cei care mă urmăresc şi să-i văd alăturându-mi-se în această călătorie. Chiar şi faptul că am inspirat o persoană să consume mai puţină carne sau să folosească mai puţin plastic îmi luminează ziua şi urmăresc constant astfel de mici raze de soare.

î: în ce fel abordarea subiectului sustenabilităţii a deschis noi oportunităţi pentru creşterea afacerii tale?
R: A deschis mult mai multe uşi decât a închis. Totdeauna am crezut că o discuţie despre sustenabilitate va îndepărta brandurile, dar pe măsură ce societatea se trezeşte, aşa fac şi brandurile. Este incredibil că am ajuns să îi susţin în procesul lor de a deveni mai apropiaţi de oameni şi natură. Pot doar să sper că tot mai multe branduri se vor alătura acestei mişcări.

Bradley Davidson
Director de media la Ocean Generation; ©Oceangeneration **î: în cefei modelează reţelele sociale viitorul afacerilor şi organizaţiilor şi cât de valoroase sunt datele în sfera digitală? R: Reţelele sociale sunt folosite tot mai mult ca instrument de mobilizare. O fi bine, o fi rău, cert este că oameni din diverse zone ale globului pot fi influenţaţi să gândească, să cumpere şi chiar să voteze într-o varietate de moduri. Reţelele sociale diminuează graniţele libertăţii de exprimare şi este un catalizator pentru propagandă. în timp ce îngrijorarea cu privire la cei care deţin puterea creşte, ar trebui să ne concentrăm în totalitate pe efectele pozitive pe care acest instrument le are asupra societăţii, mai ales în ceea ce priveşte mediul. Ştim că Naţional Geographic este unul dintre cele mai urmărite conturi din lume, cu o pagină de Instagram care are 127 de milioane de urmăritori. Deci, ce ne spune asta? înseamnă că această companie deţine o comoară de date despre cei mai implicaţi activişti de mediu din lume. înseamnă că, dacă aceste date ar putea fi cumpărate de organizaţii non-profit şi proiecte de mediu, cu ajutorul lor ar putea propaga propriul mesaj de apel la acţiune.**

Datele sunt considerate mai valoroase decât petrolul – ceea ce este amuzant în contextul schimbării climatice. Prin urmare, ar trebui ca noi, cei ce folosim reţelele sociale, să facem un protest ca în cazul în care giganţii tehnologiei

continuă să ne exploateze datele, măcar să le doneze organizaţiilor non-profit? Mai ales când strategiile tradiţionale de marketing sunt blocate de companiile ce deţin reţele sociale atunci când o organizaţie încearcă să promoveze orice fel de conţinut referitor la schimbarea climatică.

Propaganda politică de orice magnitudine şi cu orice fel de mesaj poate, într-un fel sau altul, să fie promovată prin Facebook, dar dacă o organizaţie oficială de mediu încearcă să-şi promoveze propriile mesaje de apel la acţiune sau alt conţinut similar, este imediat sancţionată, fără drept de apel. Acest lucru trebuie să se schimbe.

Pe măsură ce avansăm în această sferă necunoscută a evoluţiei digitale a omului, datele sunt cele mai preţioase bunuri, însă, după cum au început să afle utilizatorii reţelelor sociale, datele noastre sunt deja exploatate dincolo de orice imaginaţie. Ar trebui măcar să încurajăm instituţiile să doneze datele noastre către cauze bune. Când folosim reţelele sociale, putem alege să unim liniile întrerupte şi să pornim valul schimbării. Reţelele sociale sunt doar un vehicul pentru date, iar datele au puterea să schimbe lumea.

Doina Ciobanii
Model şi voce pro-sustenabilitate; @Doina

î: De ce şi cum este reţeaua socială un instrument grozav pentru a salva planeta şi a

îndemna la acţiune?

R: Reţelele sociale ne ajută să ne conectăm în cea mai putern ică formă. Spre deosebire de alte canale de comunicare – mesajele, telefoanele, ştirile etc. –, conţinutul de pe reţelele sociale este uşor de consumat şi astfel ne oferă o sansă unică de a ne co-

munica mesajele despre sustenabilitate într-un mod uşor de înţeles. Cred că asta este cheia. Mesajele despre sustenabilitate şi mediu trebuie să fie destul de simple încât toată lumea să poată rezona cu ele. Uneori, asta ar putea implica şi imagistică şi paşi foarte uşor de urmat.

î: De ce ai ales să-ţi foloseşti propriile canale pentru a răspândi mesaje cu sens?

R: Dacă n-o fac eu, cine o s-o facă? Cred că aşa ar trebu i să gândim cu toţii când vine vorba despre sustenabilitate, atât când facem mici schimbări în viaţa noastră, cât şi atunci când pledăm pentru ea. Eu am o abordare foarte personală. Simt că am responsabilitatea să vorbesc despre ea pentru că nu mai este timp să aştept ca alţii să o facă pentru mine. Trebuie să-mi fac datoria şi măcar atât pot să fac: să-i ajut pe a Iţii să conştientizeze.

î: în ce fel a deschis abordarea subiectului sustenabilităţii noi oportunităţi pentru creşterea afacerii tale?

R: în termenii unei oportunităţi de afaceri am început să ofer consultantă firmelor care doreau să devină mai sustenabile. Oricum, dincolo de

aspectele de afaceri, pentru mine este important numărul de urmăritori care îmi scriu constant despre felul în care şi-au regândit stilul de viaţă, ca urmare a conţinutului produs de mine, ca să facă zilnic alegeri mai profitabile. Acesta este cel mai impresionant rezultat la care aş fi putut spera vreodată – să-mi folosesc contul de reţea socială ca să îi inspir pe alţii. Să faci chiar şi o persoană să-şi schimbe obiceiurile cu unele mai sustenabile este exact motivul pentru care fac ceea ce fac.

Purtătorul de cuvânt de la Extinction Rebellion (ER); @extinctionrebellion

Mişcarea *Extinction Rebellion* **a pornit de la premisa că ne aflăm într-o situaţie fără precedent, din moment ce criza climatică ameninţă viaţa pe Terra. Politicienii noştri ne-au dezamăgit, aşadar trebuie să ne opunem. Extinction Rebellion lansează subiectul către oamenii din oraşe şi în reţelele sociale, făcând mai dificilă ignorarea responsabilităţii. Prin acţiuni non-violente dar tulburătoare, grupările folosesc tactici îndrăzneţe ca să atragă atenţia şi să schimbe sistemul actual. Amplitudinea pro-testelor şi ecoul pe care l-au avut în presă n-ar fi fost posibile fără folosirea reţelelor sociale pentru mesajele de conştientizare, pentru organizare şi apel la acţiune.**

î: De ce a ales ER să-şi răspândească mesaje le în primul rând prin reţelele sociale?

R: Folosim reţelele sociale pentru că ne permit să comunicăm fapte ştiinţifice în forme artistice,

cum ar fi fotografii sau imagini cu design interesant. Ne permit să comunicăm adevărul despre climă şi urgenţa ecologică în moduri pe care altfel oamenii poate nu le-ar vedea. Este în mod special un mediu folositor ce poate fi accesat uşor de tineri şi de comunităţile globale. Arătând că luptăm pentru lucrurile în care credem, ne dorim să-i inspirăm şi pe alţii să ni se alăture. Furnizând descoperiri ştiinţifice credibile în moduri plăcute vizual, arătând imagini cu voluntarii noştri în acţiune, dăm un exemplu: reţelele sociale ne permit să arătăm dedicarea, hotărârea şi succesul acţiunilor noastre şi ne ajută să îi inspirăm şi pe alţii să se alăture cauzei.

î: Cum sî de ce reţelele sociale sunt nişte instrumente deo-

sebite care îi ajută pe cei de la ER sâ-şi promoveze mesajele şi să-şi inspire publicul sâ acţioneze în favoarea mediului? R: în această perioadă pe care o trăim, reţelele sociale sunt extraordinare pentru cei ce vor să atragă atenţia şi să inspire. La Extinction Rebellion folosim mai multe mijloace de comunicare – Facebook, lnstagram,Twitter,YouTube, podcast-uri şi aşa mai departe – pentru a răspândi adevărul despre urgenţa climatică şi de mediu către cât de mulţi oameni se poate. Prin postări şi story-uri, putem atinge categorii extinse de indivizi şi le putem oferi materiale educative şi motivaţionale referitoare la această situaţie de criză. Reţelele sociale au puterea de a educa şi încuraja pe oricine – pe toată lumea – să acţioneze în lupta

pentru viitorul nostru şi sănătatea planetei.

î: în ce fel a deschis abordarea publică a activismului pentru climă noi oportunităţi pentru grup. Cum a fost un catalizator pentru schimbări la nivel mai înalt?
R: Reţelele sociale ne-au permis să intrăm în legătură cu mii de oameni din toată lumea. Le-a dat altora un punct de contact şi a ajutat la crearea unor grupuri în diferite comunităţi şi ţări; ne-a pus în legătură cu celebrităţi şi cu artişti incredibil de ta- lentaţi. Paginile reţelelor sociale ale Extinction Rebellion au ajuns la publicul larg într-un mod în care n-ar fi putut să o facă dacă acestea n-ar fi existat. Ele au conectat digital o comunitate incredibilă, permiţând unor străini să inspire şi să provoace la acţiune alţi membri ai comunităţii. în acest fel, pagina lor a fost un mijloc uimitor şi o forţă care a ajutat mesajele noastre să se răspândească, acţiunile să aibă impact şi mişcarea noastră să se transforme într-un fenomen global – totul în numele climei globale şi a problemelor urgente de mediu. Eşti gata să te alături revoltei?

î: Mai este ceva ce crezi că ar fi relevant pentru această conversaţie despre societate şi climă?
R: Reţelele sociale motivează oameni din toată lumea să devină creativi şi să acţioneze în problema climei şi a celei de mediu. Când ştii că ai activişti precum Bhavreen Kandhari din Delhi, care a ajutat la fondarea ER în India (după ce a aflat online despre această mişcare şi a scris despre ea peTwitter în octombrie 2018),

realizezi cât de puternice pot fi aceste instrumente. Reţelele sociale ne ajută să facem mai cunoscută tuturor această criză climatică. Şi toată lumea trebuie să afle acest mesaj, dacă vrem să evităm cea mai mare criză cu care s-a confruntat vreodată omenirea.

Efectele dăunătoare ale negării

Am vorbit despre puterea benefică în creşterea notorietăţii schimbării climatice severe, dar n-ar fi cinstit să facem auzite aici doar vocile pozitive. Ştiinţa şi teoriile pot fi uşor trecute cu vederea şi discreditate cu un singur click.

Prima ciornă a acestui capitol conţinea nişte exemple incredibile, de neînţeles şi de-a dreptul dezgustătoare, de mesaje postate pe Twitter de câţiva negatori ai schimbării climatice; totuşi, din cauza legilor publicării şi ale copyrightului, au fost scoase din text, aşa că acest capitol va fi mai puţin amuzant. Ideea este că oameni puternici cu mulţi urmăritori pe reţelele sociale fac afirmaţii false despre mediu şi răspândesc ştiri false şi materiale ştiinţifice false despre acest subiect foarte serios. Pe cât de polarizante şi controversate pot fi ca figuri politice sau vedete, de câte ori vorbesc despre schimbarea climatică generează o întreagă isterie în mediul online.

Trebuie să-ţi pui întrebarea de unde vin aceste ideologii şi „surse ştiinţifice”, dar tot ce putem spera este că, în momentul în care aceste afirmaţii devin virale, atenţia publicului se mişcă în direcţia opusă şi atrage şi mai mult atenţia referitor la schimbarea

climatică în general. Ceea ce, de fapt, este un câştig.

Realitatea ştirilor false arată modul în care reţelele sociale pot fi vulnerabile în aspectele importante. Este greu de ştiut care ar putea fi soluţia, nici măcar giganţii tehnologiei nu ştiu ce să facă. Platformele reţelelor sociale (cum sunt Twitter, Facebook şi Linkedln) permit aproape oricui să-şi afişeze gândurile sau poveştile în public, iar majoritatea oamenilor nu verifică sursa ştirilor înainte să le distribuie mai departe, ceea ce poate duce la răspândirea rapidă a ştirilor false sau chiar le viralizează. Platforme precum Facebook încearcă să lanseze un anumit flux de noutăţi cu conţinut regulat, folosind algoritmi care să verifice şi să aprobe informaţia.

Totuşi, până la urmă, aceste platforme au fost create pentru a conecta oamenii, iar acum încep să aibă responsabilităţi de control. Deşi trebuie să recunoaştem responsabilitatea lor în propagarea dezinformării, putem să le şi ajutăm să-şi facă treaba mai bine. Cu toate că este din ce în ce mai greu să identifici sursa unor poveşti şi să le stabileşti acurateţea, ar trebui să ne asumăm responsabilitatea morală de a face acest lucru. Putem dezvolta o imunitate la dezinformare expunând oameni, arătând erorile din afirmaţiile negatorilor şi deturnând zvonurile mincinoase, ca să obţinem cât mai multă susţinere pentru discuţia despre climă.

Cât de eficiente au fost reţelele sociale?

Tipul de conţinut care atrage atenţia şi susţinerea pe

platformele reţelelor sociale variază foarte mult. De la cultura de masă la modă şi sporturi, există conţinut media care să stimuleze curiozitatea oricui. în ultimii ani, difuzarea altor informaţii în afara preferinţelor personale pe platformele digitale a fost un instrument puternic şi cu efect la mare distanţă pentru răspândirea conştientizării şi educarea oamenilor cu privire la politică şi schimbarea climatică. Informaţiile au făcut mulţi oameni să se întrebe ce naiba se întâmplă în lume.

Dar, din nou, impactul ştirilor despre climă a adus foarte puţine schimbări în viaţa noastră zilnică. De ce? Oare din cauză că oamenii din ziua de azi sunt bombardaţi cu informaţii şi atenţia lor este distrasă de lucrurile negative, ceea ce ne face pe mulţi dintre noi să nu reuşim să acţionăm pentru a ne salva planeta?

Oameni care trec cu vederea apelul la acţiune cred în mod evident că altcineva va veni să ne salveze, ignorând haosul. Poate că unii dintre noi chiar dau din umeri, spunând că este prea târziu să mai facem ceva şi scapă astfel de presiunea morală.

Trăim vremuri în care lumea este plină de negativism şi ne este mai uşor să navigăm mai departe către alte mesaje, cu conţinut insignifiant. Aşa cum am discutat mai devreme, schimbarea climatică este un subiect incredibil de abstract pentru majoritatea oamenilor şi cu toate că toţi au, de regulă, o părere asupra subiectului, este foarte greu să măsori cum se traduce în acţiuni „offline" care susţin cauza. Scepticii ar putea întreba de ce ne mai chinuim să folosim reţelele sociale în problema schimbării climatice, dacă nu obţinem acţiune în viata reală. Reţelele sociale şi alte canale online, ca gaming-ul şi blogging-ul, oferă mai multe oportunităţi pentru educaţia despre climă şi răspândirea cunoş-tinţelor.

UN EXEMPLU DESPRE CUM PUTEM FOLOSI REŢELELE SOCIALE PENTRU A FACE BINE

în 2017, organizaţia non-profit Ocean Generation s-a aliat cu Rovio, dezvoltatorul de jocuri pe calculator de talie mondială, pentru a încorpora mesaje despre ocean într-una dintre cele mai solicitate francize de jocuri din istorie -*AngryBirds.* Ca să-şi comunice mesajele către Generaţia Z într-o formă dinamică, Ocean Generation a lansat trei mini jocuri: *The Big Catch* – despre poluarea cu plastic, *SmallIslandDefence*- despre creşterea nivelului mării şi *The LastStraw*- despre creşterea masivă a cantităţii de paie de plastic. De-a lungul acestei experienţe, jucătorii aveau de-a face cu un joc amuzant în

timp ce erau educaţi

şi li se prezentau mesaje clare de acţiune în beneficiul oceanelor. Odată terminat jocul, jucătorii erau direcţionaţi către alte resurse ale oceanului şi erau invitaţi să facă propriile declaraţii cu privire la modul în care vor folosi plasticul începând de atunci şi cum vor acţiona ca indivizi.

Pe durata celor trei luni de parteneriat dintre Ocean Gene- ration şi Rovio, peste 7 milioane de oameni au jucat aceste jocuri şi apoi peste 300 000 au declarat, pe diverse platforme, că îşi vor schimba obiceiurile zilnice. Acesta este doar unul dintre exemplele care demonstrează că reţelele sociale online pot educa şi inspira schimbarea comportamentală.

Savanţii recunosc că opinia publică se formează mai repede atunci când evenimentele sunt psihologic mai apropiate de individ. Cei ce luptă în fiecare zi în prima linie a schimbării climatice cred în realităţile climatice şi nu au nevoie de o postare online ca să reafirme acest lucru, dar numai un număr limitat de oameni se află în această poziţie. Cei care nu văd sau nu simt frecvent consecinţele schimbării climatice sunt, desigur, mai puţin dispuşi să creadă, însă reţelele sociale au puterea de a personaliza în multe feluri problemele sociale şi se transformă astfel într-o lentilă prin care pot modifica în bine părerile despre schimbarea climatică. Te-ar ajuta poveştile unor oameni aflaţi într-o situaţie grea din cauza schimbării climatice să intri în acţiune şi să-ţi

reduci, de exemplu, consumul de energie? Te-a determinat videoclipul acela viral, care arăta pe cineva ce încerca să scoată o bucată de plastic blocată în nasul unei ţestoase, să schimbi felul în care consumi obiectele din plastic de unică folosinţă?

Natura are un fel incredibil de a contraataca şi a se regenera în faţa distrugerilor umane. Sarcina folosirii reţelelor sociale pentru rezultate mai bune este mult mai puţin dificilă decât ne-am putea imagina. Erica Chenoweth, specialist american în ştiinţe politice, dezvăluie că pentru a avea succes, orice mişcare paşnică de masă are nevoie ca maximul 3,5% din populaţie să se mobilizeze. Oamenii sunt mamifere foarte sociale şi sunt în mod constant, chiar dacă subliminal, conştiente de schimbările curentelor sociale. Odată ce percepem schimbarea stării de fapt, trecem de la susţinerea unui lucru la celălalt. Când 3,5% din populaţia vocală şi dedicată se vor uni şi vor cere un sistem nou, avalanşa socială care va urma va deveni de neoprit.[4]

Clima se schimbă – şi tu poţi face acest lucru

Cum îţi poţi folosi vocea? Fii unul dintre cei 3,5% şi foloseşte-ţi vocea în următoarele moduri, ca să creşti gradul de conştientizare şi să inspiri schimbări comportamentale pentru binele planetei:

Nu subestima puterea vocii tale pe reţelele sociale şi abilitatea ta de a împărtăşi cu familia şi prietenii informaţii despre climă.

Sărbătoreşte Ziua Pământului pe 22 aprilie şi Ziua Mondială a Oceanelor pe 8 iunie. Aceste zile sunt nişte ocazii foarte speciale pentru fiecare de a sărbători pe canalele sociale personale şi a reflecta la modul în care deciziile pe care le luăm afectează lumea din jurul nostru*

Nu subestima puterea pe care o au online like-urile, distribuirile şi postările despre organizaţiile tale preferate. Pentru cei care creează conţinut despre climă, implicarea ta înseamnă că munca lor are rost şi poate duce la alte oportunităţi de colaborare şi schimbări mai mari.

Brandurile încep să înţeleagă că oamenii vor să împărtăşească experienţe unice. Aliază-te cu branduri şi organizaţii cum sunt Surfers Against Sewage, Ren Skincare şi Parley, care organizează la nivel global ecologizări pe plajă, sau caută pe Eventbrite evenimente legate de sustenabilitate care au loc în zona ta. Participă la astfel de evenimente, implică-te activ în aceste cauze şi distribuie acţiunile în reţeaua ta socială online.

Urmăreşte influenceri cu agende pozitive, care inspiră schimbarea şi încurajează un stil de viaţă sustenabil.

Urmăreşte şi interacţionează cu bloggeri care abordează problemele planetei, ca să găseşti inspiraţie pentru un

stil de viaţă şi reţete vegane. Una dintre cele mai simple căi de a-ţi reduce amprenta de carbon este să reduci consumul de carne, aşa cum am văzut în **Capitolul 4.** Mulţi dintre aceşti activişti de mediu au reţete delicioase care îţi vor satisface papilele gustative în fiecare zi a săptămânii.

Semnează petiţii online. Faptul că îţi alături vocea cauzelor cu care rezonezi este un mesaj politic puternic şi arată că îţi pasă. Este atât de uşor să o faci, doar cu câteva click-uri.

Foloseşte Ecosia ca motor de căutare şi plantează gratuit copaci, datorită căutărilor tale. Adaugă tab-ul Ecosia în extensia browserului tău. Descarcă gratuit extensia lor de browser şi, în timp ce navighezi pe internei prin platforma lor, reclamele care apar la căutări generează venituri pe care Ecosia le foloseşte pentru a planta copaci. în acest moment, Ecosia are peste 8 milioane de utilizatori activi şi, ca urmare, a plantat peste 80 de milioane de copaci, în toată lumea.

> **„Noi, consumatorii, avem atât de multă putere să schimbăm lumea fiind atenţi ce anume cumpărăm.”**
>
> **Emma Watson**

Viitorul afacerilor

Aproximativ 1,7 miliarde de oameni din toată lumea fac parte din „clasa consumatorilor” – un grup de oameni

caracterizat de o dietă ce constă în mâncare foarte procesată, dorinţa de a cumpăra case mai mari, maşini mai multe şi mai mari, de a face credite mai mari şi care au un stil de viaţă concentrat pe acumularea de bunuri neesenţiale.[5] Nu miliardele de oameni care trăiesc în sărăcie în oraşe şi sate din Africa Subsahariană sau în Orientul îndepărtat sunt cei care îşi permit să consume cu lăcomie resursele planetei. Cei mai săraci 50% dintre oamenii de pe planetă sunt, potrivit organizaţiei caritabile Oxfam, responsabili pentru abia 10% din emisiile de carbon provocate de „consumerism”. Europa şi America, de exemplu, unde trăieşte cam 12% din populaţia de pe glob, sunt responsabile de peste 60% din consumul global.[6] Cu toate acestea, aproape o jumătate din consumatorii de pe glob locuiesc nu doar în ţările vestice, ci şi în cele în curs de dezvoltare, incluzând vreo 240 de milioane în China şi 120 de milioane în India – pieţele cu cel mai mare potenţial de creştere.

Este uşor să urăşti consumul şi ceea ce se întâmplă în ţările bogate. Consumerismul a otrăvit unele aspecte ale vieţii contemporane şi, alături de comerţ, este unul dintre marii factori ai schimbării climatice. Nevoia noastră de a primi o satisfacţie imediată prin cumpărarea unui produs a îmbogăţit afaceri şi indivizi care au devenit incredibil de puternici de pe urma obiceiurilor noastre. Scopul profitului rapid şi al creşterii nelimitate a stat la baza multor afaceri, maximizând profiturile acţionarilor, indiferent de costul uman sau de mediu.

Globalizarea – răspândirea consumerismului

Pe măsură ce avansăm într-o nouă perioadă a civilizaţiei umane, ameninţarea reală a schimbării climatice începe să afecteze fiecare fiinţă vie de pe planeta noastră. Situaţia ar putea fi descrisă ca un experiment care a luat-o razna: hai să vedem cât de departe putem împinge fiecare ecosistem, dincolo de punctul în care poate fi reparat; hai să ciopârţim plămânii Terrei, care ne dau oxigen; hai să sufocăm oceanele cu gunoaie, să ne otrăvim apa şi să poluăm chiar şi aerul de care avem nevoie ca să trăim, doar ca să cumpărăm, să cumpărăm, să cumpărăm.

Consumul în creştere a ajutat la satisfacerea nevoilor de bază, a creat locuri de muncă şi este, în esenţă, baza societăţii noastre capitaliste. Globalizarea este o forţă care face mult mai accesibile bunuri şi servicii care erau imposibil de obţinut de către ţările în curs de dezvoltare. Articole care cândva erau considerate un lux acum sunt ceva obişnuit peste tot în lume, dar obsesia şi nevoia noastră de a avea mai mult, mai mult, mai mult, ne-a adus în acest punct din care s-ar putea să nu mai avem cale de întoarcere. Cu toate acestea, creşterea prosperităţii nu înseamnă neapărat o viaţă mai fericită şi mai sănătoasă. Mai degrabă, consumerismul în creştere poate avea un cost dureros pentru unii, cum sunt familiile care se înglodează în datorii şi lucrează mai mult peste program, sacrificându-şi stilul de viaţă şi priorităţile sociale ca să-şi permită să cumpere mai mult.

Motivul acestui experiment nebunesc ar putea fi considerat ciudat, dacă schimbi un pic modul în care

priveşti lucrurile. Majoritatea problemelor globale care sufocă planeta intră într-una din cele patru categorii de consum:

1. Procesul mutării cuiva sau a ceva din punctul A în punctul B.
2. Crearea sau fabricarea unor bunuri care sunt apoi mutate din punctul A în punctul B.
3. Hrana pe care o mâncăm.
4. Hainele pe care le purtăm.

La numai câţiva ani distanţă de o catastrofa globală, organizaţiile şi guvernele continuă să lupte cu cele patru categorii menţionate mai sus şi cu partea financiară care le leagă. Dilema este simplă şi, totuşi, greu de rezolvat; toţi aceşti patru piloni sprijină economia globală, aceeaşi economie care ne hrăneşte şi ne îmbracă. Dar ca să schimbi direcţia viitorului nostru, aceşti patru piloni trebuie dezactivaţi şi reconstruiţi cu ajutorul ştiinţei, inovaţiei şi cercetării. La nivel individual, consumerismul conştient înseamnă să faci alegeri pozitive în procesul de cumpărare, cu intenţia de a ajuta la echilibrarea unei părţi din efectul negativ pe care consumerismul îl are asupra planetei. Asumă-ţi responsabilitatea pentru propriul impact şi aminteşte-ţi că:

> „Fiecare dolar pe care-l cheltuieşti... sau nu-l cheltuieşti... este un vot pe care îl dai lumii în care vrei să trăieşti.”
>
> LN. Smith

CELE MAI MARI PROBLEME

- Zilnic, numai în SUA, produsele vândute online călătoresc pe o distanţă egală cu cea până la Lună şi înapoi, nu o singură dată, ci de 133 000 de ori.
- 71 % din emisiile de gaze de seră sunt produse de 100 de companii – toate din industria petrolieră şi a gazelor.
- Douăzeci de firme de petrol se află în spatele a mai mult de o treime din toate emisiile de CO_2.
- Aceste companii ştiau încă din anii 1950 cât de dăunători sunt combustibilii fosili, cu toate acestea au ales să-şi continue activitatea. Unele companii petroliere au ajuns atât de departe încât să afirme public că nu sunt direct responsabile pentru emisii, câtă vreme combustibilii fosili sunt folosiţi de consumatori.

> „Corporaţiile şi industriile cu care ne confruntăm nu vor renunţa fără să lupte. Dar nu vor câştiga, nu vor câştiga niciodată, pentru că în faţa tuturor banilor şi a influenţei lor politice, noi avem ceva ce ei nu vor avea niciodată. Noi avem adevărul.”
>
> **Ed Winters, trainer vegan şi creator de conţinut**

Consumerismul conştient

J

Ce-ar fi să abordăm această dilemă din alt unghi – unul care să poată funcţiona împreună cu consumerismul? Este un deziderat simplu, dar trecut cu vederea. Printre problemele care afectează lumea din jur şi viitorul nostru imediat se află numeroasele reţele de obiceiuri,

pasiuni, convingeri şi politici deja transpuse în practici mai bune de afaceri şi în ceea ce s-ar putea numi consumerism conştient. Deşi este foarte la modă să ai un comportament social conştient, realitatea este că agenda de cheltuieli a consumatorului conştient nu este tocmai cum ne-am dori. O parte a acestei realităţi este că nu există destule bunuri produse responsabil – sau servicii gândite ecologic şi cu grijă faţă de oameni – din care noi să alegem ca să ne satisfacem nevoile.

Generaţia noastră se reinventează, ca să ştie ce să ceară astfel încât banii cu care ne cumpărăm alimentele să fie cheltuiţi mai conştient. Oameni precum Greta Thunberg şi alţi activişti sunt o speranţă reală. Ei reprezintă provocări pentru companii şi pentru felul în care interacţionează ele cu consumatorii. Persoanele noi şi grupurile care se mobilizează sunt un impuls, sunt clare în formularea cererilor lor şi nu se vor împotmoli în modelul obişnuit de interacţiune al corporaţiilor.[7] Companiile care mimează protecţia mediului sau ONG-urile fondate de corporaţii neetice sunt date de gol în reţelele sociale.

Noi mişcări şi persoane intrate sub lumina reflectoarelor devin de neoprit în reţelele sociale, iar dacă firmele aleg să-i ignore pe cei ca Greta, trebuie să nu uite că această generaţie are portofele şi, curând, în cazul tinerilor grevişti pentru probleme climatice, vor avea şi voturi. Cu cât este mai uman răspunsul companiilor faţă de cererile activiştilor, cu atât mai bine cotate vor fi când va trebui să se adapteze tulburărilor planetare pe care le experimentăm şi îşi vor câştiga loialitatea clienţilor pentru brandul lor. Priorităţile

generaţiei mai tinere şi a următorilor consumatori nu au nicio legătură cu a lăsa o casă şi o moştenire copiilor. în schimb, prioritatea noastră este să ne asigurăm că acei copii vor avea la dispoziţie surse de hrană şi apă. Desigur, nu există o soluţie uşoară prin care să încurajezi consumerismul conştient în rândurile cumpărătorilor sau să impui firmelor practici mai ecologice şi etice.

Unul dintre oamenii care şi-au asumat în secolul 21 misiunea de a rezolva o problemă imensă ce implică firmele şi indivizii este Afdhel Aziz. El ajută companii, şi noi, şi vechi, din toată lumea să deblocheze capacitatea afacerii de a face bine oamenilor, ajutându-i să găsească sens şi rost în munca pe care o fac. în călătoria lui a ajuns să consilieze companii importante, din topul Fortune 500, şi să devină coautor al cărţii „Binele este la modă: Fă vânzări ca şi când ţi-ar păsa”

Iată un interviu cu Afdhel despre ce înseamnă consumerismul conştient, cum arată viitorul afacerilor şi cum pot fi brandurile catalizatori pentru mişcarea verde.

Afdhel Aziz, @afdhel

î: Când ai realizat că fiecare”afacerecu un scop”are o influenţă puternică asupra viitorului oamenilor şi al planetei?
R: Cred că am început să observ asta în 2011, când am început să lucrez la cartea scrisă împreună cu Bobby Jones. Este uimitor să vezi cât de repede evoluează ideea de afacere către un model de capitalism care are în vedere toate părţile implicate (spre deosebire de capitalismul

care ţine cont doar de acţionari). Tipurile de companii cu care lucrează agenţia noastră de consultanţă pentru impact social, Conspiracy of Love, activează într-o gamă diversă de domenii: există companii ce au în vedere stilul de viaţă (cum sunt Adidas, Sonos şi Bombay Sapphire Gin), companii din tehnologie (precum Microsoft şi Facebook), companii care produc bunuri ambalate (ca Mars, Coty, Nestlé şi Mondeléz) – fiecare lider de categorie explorează această idee a „afacerii cu un scop” Cu toate acestea, vreau să trag un semnal de alarmă. Nu ne mişcăm destul de rapid încât să reparăm

problemele cauzate de consumerismul în creştere. Generăm mai multe emisii de carbon şi mai multe deşeuri ca oricând.

» >

Criza climatică ar trebui să se afle în topul priorităţilor fiecărui om de afaceri ca o problemă ce trebuie rezolvată. Cum spunea fondatorul companiei Patagonia, Yvon Chouinard,”Nu putem face afaceri pe o planetă moartă”.

î: Ce înseamnă pentru tine şi branduriie cu care iucrezi ideea „Binele este la modă”?
R: Pornim de la ideea că brandurile trebuie să se gândească la „a face bine” la fel de mult cum se gândesc la „a fi pe val” De fapt, am putea argumenta că a face bine este o formă de a fl bine cotat. La categoria produselor de uz curent, care sunt foarte puţin diferenţiate de preţ şi caracteristici, consumatorii de acum „votează cu portofelul” şi evaluează brandurile în funcţie de

impactul lor social şi de mediu. Aşadar, este esenţial ca brandurile să evolueze, ca să rămână relevante; cu toate acestea, când spunem „obiect la modă”nu ne gândim, desigur, la o tendinţă trecătoare ce o să dispară: credem aceasta pentru că ideea noastră are la bază aşteptările a două noi generaţii de consumatori, milenialii şi Generaţia Z, care au o putere de cumpărare enormă. De aceea credem că aşa vor merge lucrurile, pentru multă vreme. Este o nouă paradigmă de afaceri.

î: Dă-mî câteva exemple (dacă se poate, referitoare ia climă) de branduri care folosesc forţa binelui nu doar ca să facă lumea un loc mal bun, ci şl ca să facă din sustenabilitate o sursă etică de profit?

R: Cred că este fascinant felul în care Ikea începe să se transforme după principiile economiei circulare. îşi regândesc fiecare pas din procesul de producţie: de la lanţul de aprovizionare şi producţie la reparaţii şi revindere. Şi Adidas este un brand uimitor, care a demonstrat că sustenabilitatea poate fi profitabilă: anul acesta s-au vândut 11 milioane de perechi din pantofii lor

Parley Ocean Plastic, generând venituri de peste două miliarde de dolari.

î: Cum arată viitorul pentru o lume ideală, în care trăiesc o mulţime de consumatori constienti?

* > *

R: Cred că este esenţial ca fiecare afacere să treacă la un model economic circular, căt de

repede posibil; acesta este singurul mod în care putem continua să fim o cultură bazată pe consum, fără să dezechilibrăm iremediabil planeta. Fiecare afacere ar trebui să încerce să creeze un model care produce zero deşeuri, zero carbon. Avem uneltele şi tehnologia necesare pentru a face acest pas. Nu lipseşte decât voinţa colectivă.

O nouă cale deschisă pentru afaceri

Papa Francisc a spus că „în cele din urmă, o lume a consumului exagerat este în acelaşi timp o lume care dispreţuieşte viaţa, în toate formele sale”. Poate că este simplu, aşa cum am arătat pe parcursul cărţii, să sublimezi rolul pe care îl avem noi, ca indivizi, în a deveni consumatori conştienţi, dar afacerile joacă un rol uriaş în a se asigura că avem la îndemână opţiuni etice şi sustenabile. Afacerile trebuie să-şi recunoască rolul şi responsabilitatea în cadrul sistemului. Eforturile lor trebuie să promoveze un nou mod de a gândi şi rezolva problemele şi relaţia lor cu natura. Consumerismul conştient ne va solicita de asemenea să privim viitorul altfel, de exemplu să renunţăm la ideea de a poseda toate lucrurile noastre, cum ar fi maşinile sau casele, în favoarea unei economii bazate pe ideea de coproprietate.

Mai demult, oamenii au cerut ca taxa verde să reflecte adevăratul cost de mediu al unui produs. Alte afaceri, din proprie iniţiativă, au început să recicleze ambalaje sau bunuri sau să implementeze programe de educare şi conştientizare a consumatorului. în ceea ce

priveşte asigurarea securităţii, populaţia globală se confruntă cu multe provocări, deoarece resursele noastre deja sunt pe cale să fie epuizate şi nu prea mai este cale de întors. Fundamental şi înainte de toate, trebuie să regândim felul în care funcţionează brandurile şi afacerile. Scopul nu este să ne concentrăm pe afaceri care să vândă mai puţin, ci pe cum să asigurăm o calitate mai bună a vieţii pentru toţi oamenii de pe planetă. Pentru brandurile „cu un scop”, care au luat deja iniţiativa transformând modul în care producem bunuri şi modul în care le consumăm, cheia succesului va fi eficienţa.

Desigur, costă mai mult să produci în condiţii etice mărfuri de calitate care răsplătesc oamenii şi planeta. Studiile au confirmat că un consumator este dispus să plătească mai mult pentru produse făcute cu responsabilitate socială, dar că există totuşi o limită până la care putem lăsa preţurile să crească. Trebuie să depăşim ideea că produsele „benefice” sunt un lux – ele trebuie să devină norma. Afacerile au puterea să demonteze stereotipul consumatorilor care se presupune că fac cumpărături conştient, în trecutul recent, discursul obişnuit se face vinovat de a categorisi consumatorii conştienţi drept o mişcare adusă de mileniali sau de Generaţia Z (şi da, suntem campioni la a cere lucruri mai bune de la afaceri şi guverne), dar, în realitate, acest lucru nu este eficient, pentru că nu toţi din această generaţie au puterea de cumpărare necesară. în schimb, trebuie să căutăm şi să integrăm indici demografici diverşi, dacă vrem să identificăm şi să

extindem consumerismul conştient în lume şi să-l facem complet accesibil, indiferent de industrie.

Inovaţii în tehnologie

Trăim cele mai avansate vremuri, din punct de vedere al inovaţiilor în domeniul tehnologiei. Totuşi, din păcate, descoperirile tehnologice iniţiale, cele care au avut loc de-a lungul istoriei, chiar şi unele pe care încă le mai folosim azi, au provocat daune considerabile mediului. în timp ce încercăm să reparăm răul făcut de invenţiile tehnologice anterioare, trebuie să folosim acest spaţiu pentru lucruri bune. Odată ce va fi folosit cu consideraţie faţă de mediu, progresul tehnologic va fi unul dintre cele mai puternice instrumente pentru a face trecerea către un viitor mai sustenabil.

Dezvoltarea tehnologiei şi a biotehnologiei, deşi încă la început, va crea soluţii viabile pentru problema schimbării climatice. Descoperim potenţialul Blockchain şi Bitcoin de a crea o infrastructură tehnică şi financiară diferită pe care se pot construi noi întreprinderi, într-o formă ce democratizează şansele pentru toată lumea.

Este fascinant să priveşti acest fenomen, felul în care soluţiile generate de tehnologie aduc împreună guverne, institute de cercetare şi investitori miliardari care încearcă să limiteze schimbarea climatică. Deocamdată, în încercarea de a atinge acest scop, domenii precum cel energetic încearcă să descopere căi mai sigure şi mai eficiente din punct de vedere al costurilor pentru a produce surse de energie verde viabile din punct de vedere comercial.

Oamenii au nevoie de energie, dar nu au nevoie de

combustibili fosili. Putem, de fapt, să supravieţuim şi să trăim în armonie folosind energie verde. Am găsit deja soluţii alternative de alimentare a vehiculelor, de exemplu cu electricitate, dar ca să ne adaptăm complet avem nevoie de baterii şi tehnologii de încărcare mai eficiente. Viitorul tehnologiei constă în maşinile electrice. Pentru asigurarea siguranţei alimentare şi pentru a reduce dependenţa noastră de animale, companii precum Beyond Meat produc carne dezvoltată în laborator – un substitut de carne care arată, are acelaşi gust şi aceeaşi textură ca şi produsul real. Este nevoie ca astfel de progrese să ajungă pe piaţă cât mai curând posibil – nu mai putem aştepta.

Standardele înalte în afaceri – B Corp

Corporaţiile de tip B sunt afaceri care corespund celor mai înalte standarde verificate de performanţă socială şi de mediu, de transparenţă publică şi responsabilitate legală în echilibrarea profitului cu scopul. Simplificând, certificarea B Corp este o marcă ce atestă faptul că o companie şi-a demonstrat disponibilitatea de a face lucrurile bine şi a fost verificată de fondatorii B Lab, o organizaţie non-profit. în esenţă, un B Corp ne inspiră să folosim puterea pieţei pentru a rezolva probleme sociale şi de mediu fără să tolereze spălarea verde. B Corp este cu adevărat cel mai înalt standard de certificare pentru o companie, este recunoscut la nivel global şi cunoscut ca un plus atractiv pentru investitori.

Iniţiată de trei antreprenori, B Lab a petrecut peste

10 ani îmbunătăţind ideea unui sistem de certificare asigurat de o terţă parte. Această certificare a creat o nouă structură legală pentru orice companie care vrea să-şi asume misiunea în cel mai profund mod, până în ADN-ul său financiar.[8] Certificarea B Corp nu este pentru o industrie anume, este pentru branduri cărora le pasă dacă ceea ce fac este bine. De la înfiinţarea ei, în 2007, comunitatea B Corp a crescut până la peste 3 000 de companii, în 70 de ţări, cu obiect de activitate în 150 de industrii diferite, de la tot ce este legat de compania producătoare de haine Pata- gonia, până la brutării locale şi galerii de artă.

Odată ce o companie obţine un certificat B Corp, îl poate folosi ca să atragă clienţi, viitori angajaţi şi investitori. Din perspectiva consumatorului, a cumpăra de la orice companie B Corp ar trebui să-ţi dea încredere în produsul acelei companii şi în faptul că votul tău financiar a fost bine plasat.

Dacă lucrezi la o companie care ar putea fi interesată să obţină certificatul, sau dacă ai propria companie, trebuie să ştii că există câţiva paşi pe care trebuie să-i parcurgi şi pe care îi găseşti online, gratuit. întrebările sunt grupate pe categorii: conducere, drepturile muncitorilor, comunitate, minorităţi, impresiile cli- enţilor, impact social şi de mediu. Odată ce fişa de evaluare este completată, compania ta va primi un scor de maximum 200 de puncte – trebuie să ai minimum 80 ca să fii eligibil. Poate că pare uşor, dar chiar şi companii care deja se concentrează pe suste- nabilitate se chinuie la început. Dar nu te descuraja, aplică din nou când simţi că firma ta este mai aproape de îndeplinirea

criteriilor. Odată ce compania întruneşte cerinţele, este verificată oficial, ca să se asigure că toate afirmaţiile tale sunt exacte, contra unei taxe ce depinde de mărimea companiei.

Completarea fişei standard de evaluare le permite companiilor să conştientizeze ce ar putea îmbunătăţi ca afacere sau ca etică. Din acest motiv, fie că eşti angajat sau om de afaceri, este în interesul tuturor să ţinteşti sus. Odată ce compania ta a primit certificarea B Corp, intri într-o comunitate de companii cu aceeaşi viziune, cu care vei putea colabora. Dacă te alături B Corp, sau cel puţin dacă te străduieşti să o faci, vei aduce un beneficiu nu numai acţionarilor, ci tuturor părţilor implicate. Afacerea ta va schimba lumea, prin faptul că toate practicile de afaceri vor fi desfăşurate pe ideea că oamenii şi planeta contează întotdeauna. Va deveni un administrator responsabil pentru generaţiile viitoare. Bcorporation.net

Clima se schimbă – o poţi face şi tu

Reducerea emisiilor de carbon şi schimbarea sistemelor, lanţurile de aprovizionare şi economia globală sunt obiectivele la nivel macro. în viaţa de zi cu zi, fiecare afacere ar putea începe cu obiective mai mici şi mai uşor de atins. Dacă oferi un produs sau un serviciu, adevărata întrebare este: are sustenabilitatea un impact asupra valorii de brand?

Răspunsul se bazează pe toate probele pe care le avem despre starea îngrozitoare a planetei şi o iminentă

nevoie de a acţiona, pentru o lume mai bună. O afacere va atrage şi va păstra clienţii răspunzând la această cerere în creştere pentru sustenabilitate, corelată la rândul său cu creşterea financiară şi o valoare mai puternică. Fie că lucrezi pentru o mare corporaţie şi ai putea discuta cu departamentul de resurse umane sau cu şeful tău, fie că îţi conduci propria afacere, iată câteva idei pe care să le iei în considerare:

- Orientează-ţi brandul sau compania către un scop specific – schimbare climatică sau altceva.
- Susţine furnizorii ecologici şi fa afaceri cu companii prietenoase cu mediu, care respectă etica.
- Promovează birouri fără hârtii şi oferă-le consumatorilor numai chitanţe online.
- înviorează-ţi biroul cu plante verzi.
- Foloseşte energia regenerabilă oricând este posibil

- Minimizează deşeurile şi implementează un program de reciclare.
- Adoptă o politică fără plastic la birou şi încurajează-i pe toţi să-şi aducă zilnic propria sticlă refolosibilă pentru apă şi o cană pentru cafea.
- Neutralizează-ţi amprenta de carbon.
- Donează un procent din profit unei cauze legate de schimbarea climatică sau unei organizaţii de mediu relevante pentru compania ta.
- încurajează-ţi angajaţii să facă voluntariat, care este inclus în programul de muncă.
- încurajează transportul sustenabil folosind

transportul în comun sau împarte o maşină cu colegii.

- Adu-le angajaţilor speakeri inspiraţionali şi începe să construieşti o cultură organizaţională mai orientată către grija faţă de mediu şi oameni.
- Orientează-ţi afacerea cât de mult posibil în acord cu cadrul de lucru pentru dezvoltare durabilă al ONU şi cu Obiectivele Globale.
- Dacă produci obiecte, ia în calcul posibilitatea de a le confecţiona din produse reciclate. Refoloseşte sau caută materiale în zona ta oricând este posibil.
- Micşorează cantitatea de plastic şi foloseşte ambalaje bio- degradabile, cum sunt plicurile făcute din dextroză.
- Fii mai transparent în ceea ce priveşte lanţul tău de aprovizionare şi oferă-le clienţilor astfel de informaţii.
- Asigură-te că fiecare persoană implicată în lanţul de aprovizionare primeşte un salariu cinstit şi decent, indiferent de locul în care trăieşte sau cu ce parte a afacerii tale interac- ţionează.

  Nu te teme să înglobezi scopul companiei tale în identitatea de brand şi în tot ceea ce faci.

  Obţine un certificat B Corp.

Sustenabilitatea afacerii este o forţă care aduce schimbări în bine. Acum este momentul în care afacerile vechi şi noi sunt invitate să analizeze aspectele pe care le pot îmbunătăţi şi astfel pot deveni parte din soluţie, evoluând. Ai o idee de afacere? Ai vreo idee referitoare

la cum să transformi ceva ce deja există la locul tău de muncă într-o practică mai ecologică, mai etică şi conştientă? Nu contează cât de mare sau mică este ideea ta, notează-ţi ideile bune pentru mediu într-un carneţel sau la finalul acestei cărţi.

Oamenii şi planeta noastră

„Schimbarea climatică nu este o luptă pentru putere, este o luptă pentru supravieţuire.”

Oumarou Ibrahim

Privind către un viitor în care schimbarea climatică şi furtunile fără precedent vor fi ceva obişnuit la nivel global, provocările vor crea o mulţime de probleme critice pentru oamenii din toată lumea, de la migraţie umană în masă, provocată de fenomene meteorologice extreme, la competiţie interstatală pentru resursele necesare vieţii, cum sunt hrana şi apa. Naţiuni întregi, în mod special insulele mici, dispar din cauza creşterii nivelului mării, iar sistemele legale actuale nu sunt pregătite să facă faţă migranţilor climatici. Impactul schimbării climatice asupra oamenilor nu va face decât să crească în următoarele zeci de ani şi va pune la grea încercare sfera guvernării mondiale.

Acest capitol explorează perspectiva umană a

schimbării climatice şi, în plus, cercetează problemele feminine şi de gen asociate subiectului. Genul determină aşteptările, permisiunile şi validările pe care le primeşte o femeie sau un bărbat într-un anumit context. Determină responsabilităţi, oportunităţi, resurse şi puteri asociate cu apartenenţa la un anumit gen. Femeile se află adesea intr-o poziţie dezavantajată în multe ţări, mai ales în cele în curs de dezvoltare, aşa că au vulnerabilităţi distincte ce modelează felul în care experimentează schimbarea climatică şi dezastrele naturale. Totuşi, aceleaşi forţe distructive ale schimbărilor climatice creează o oportunitate pentru femei, ca agenţi ai schimbării, de a aduce în discuţie inegalităţile de gen. Includerea cunoştinţelor şi vocilor a 50% din populaţie în stabilirea măsurilor de reducere a riscurilor, precum şi de reacţie în faţa unui cataclism, este un aspect vital. Abilităţile femeilor, inclusiv cele mai afectate, trebuie folosite. încep să se observe semnele unor probleme apărute ca urmare a schimbării climatice, dar dezastrul uman se întâmplă chiar acum, sub ochii tuturor.

Femeile şi natura

J

Eco-feminismul analizează legăturile dintre femei şi natură. Termenul a apărut la mijlocul anilor 1970 şi a fost folosit pentru prima dată de feminista franceză Françoise d' Eaubonne ca să aducă laolaltă cele două ideologii ale feminismului şi mediului şi totodată să le

provoace pe ambele. Se bazează pe o îngrijorare a mişcării ecologice cu privire la impactul activităţilor omeneşti pe planetă, iar din perspectivă feministă, susţine că omenirea nu este imparţială în ceea ce priveşte genul şi că în această ecuaţie femeile sunt subordonate, exploatate şi oprimate.[1]

Pentru tot mai multe femei din lume, schimbarea climatică este o ameninţare crescândă, care ne afectează în diferite proporţii. Fie că se află în ţări dezvoltate sau în curs de dezvoltare, la nivel global, în primul rând femeile se confruntă mai mult cu sărăcia şi au mai puţină putere socio-economică decât bărbaţii, din cauza modului în care sunt împărţite rolurile, responsabilităţile şi normele culturale. în momente de vulnerabilitate climatică, este şi mai greu pentru femei să îşi revină după dezastre naturale care afectează infrastructura, casele şi veniturile. Femeile sunt mai predispuse să facă sacrificii ca să-şi protejeze familiile, de exemplu să mănânce mai puţin şi să se asigure că nimeni nu rămâne flămând. După un uragan uriaş în insula Dominica, în septembrie 2017,76% dintre femeile agricultoare au raportat pierderi majore, iar unele femei nu s-au putut întoarce imediat la muncă din cauza distrugerii caselor în care locuiau. Mare parte din veniturile pe care femeile le aveau de pe urma fermelor era folosită pentru a ţine copiii la şcoală. Până când femeile nu au reuşit să-şi crească din nou culturile, pentru cel puţin câteva luni, le-a fost imposibil să revină la normal.

Câteva informaţii rapide:

- Potrivit informaţiilor din 141 de ţări care au fost afectate de un dezastru natural între 1981 şi 2002, dezastrele scad speranţa de viaţă a femeilor mai mult decât pe cea a bărbaţilor.
- în timpul unui dezastru natural, femeile şi copiii au de 14 ori mai multe şanse să moară decât bărbaţii.
- După un dezastru natural, creşte posibilitatea ca femeile să devină victime ale violenţei domestice şi sexuale; multe chiar evită să folosească adăposturile, pentru că le este teamă să nu fie agresate sexual.[2]

Femeile pot face diferenţa

La începutul cărţii am vorbit despre „dezvoltare durabilă”, o definiţie-cheie folosită de guverne la nivel global şi de ONU pentru a propulsa lumea noastră mai departe. Dacă politicile de schimbare climatică au ca scop asigurarea unui viitor sustenabil îmbinând dezvoltarea cu problemele de mediu, ele au obligaţia să ţină cont de interesele tuturor părţilor implicate. Asta înseamnă să aşeze femeile în centrul tuturor negocierilor, colaborărilor şi viziunilor pentru o dezvoltare durabilă echitabilă, ca a bărbaţilor. Eco-feminiştii ar argumenta că societăţile şi sistemele vor continua să favorizeze bărbaţii în detrimentul femeilor şi al planetei, dacă femeile vor lipsi în continuare din conducere, din poziţiile şi procesele de decizie, acolo unde mediul nu joacă un rol-cheie.

A lupta pentru egalitate este un lucru, dar să creşti

conştientizarea asupra barierelor instituţionale care îi împiedică pe cei oprimaţi să aibă şanse egale ne forţează să reevaluăm motivul pentru care societatea este structurată aşa cum este şi de ce ne purtăm aşa cum ne purtăm.

Poate că ai citit aceste prime paragrafe şi te-ai întrebat: „Doamne, cum a ajuns cartea asta la discuţii despre drepturile femeilor şi eco-feminism – un subiect serios şi controversat?” Ca femeie autor am simţit că este responsabilitatea mea să dedic un capitol femeilor şi schimbării climatice, pentru că subiectul este frecvent neglijat de presa obişnuită.

Dezvăluindu-ţi poveştile şi experienţele unor femei sper ca tu, cititorul, să începi să observi schimbarea climatică dintr-o perspectivă nouă: să priveşti problemele de climă nu doar în funcţie de ceea ce vedem că se întâmplă în jurul nostru, ci şi din punctul de vedere mai profund al feminismului.

Pe lângă toate acestea, noi, femeile, avem rutine zilnice şi activităţi diferite de ale bărbaţilor, aşa că obiceiurile noastre de înfrumuseţare şi stilul de viaţă pot avea un impact pozitiv asupra mediului

Acest capitol îşi propune să zugrăvească o imagine de ansamblu asupra felului în care schimbarea climatică afectează femeile din toată lumea şi apoi să readucă discuţia la nivel individual, la felul în care femeile pot face alegeri mult mai suste- nabile pentru sănătatea şi casa Ion

Schimbarea climatică este o problemă feminină

Nu voi uita niciodată ziua în care am citit un articol în ziarul *The Guardian* despre creşterea numărului de copii-mirese în Africa, din cauza schimbării climatice. Titlul articolului mi s-a părut exagerat, dar pe măsură ce am cercetat mai departe, am realizat că era perfect plauzibil. în fiecare an vremea devine mai caldă. în fiecare an ploile sunt mai puţin previzibile: fie vin prea târziu şi culturile nu rodesc, fie este prea multă apă şi inundaţiile distrug terenurile. în fiecare an productivitatea scade. în fiecare an există mai puţin peşte în râuri şi în mare. în fiecare an familiile au mai puţini bani, până ajung în final la o singură soluţie: fetele trebuie să plece de acasă, chiar dacă au abia 13 ani, şi să se mărite, ca să fie destulă mâncare pentru restul familiei. în 2015, UNICEF a avertizat că în toată Africa, numărul total de mirese-copii ar putea ajunge mai mult decât dublu, 310 milioane până în 2050, dacă tendinţele climatice actuale continuă?

în Africa Centrală, unde până la 90% din Lacul Ciad a secat, grupurile locale se află în mare pericol. Pe măsură ce lacul se evaporă, femeile trebuie să meargă mult mai departe după apă.

Pe măsură ce temperaturile din zonele rurale ale Sudanului au crescut, dereglarea ploilor a dus la secetă, aşa că bărbaţii din sate migrează la oraş, în căutarea unui loc de muncă. Astfel, rolul femeilor agricultoare a

crescut ca urmare a efectelor schimbării climatice. Tot mai multe femei pot fi văzute săpând pământul şi împrăştiind seminţe peste ogoare. Femeile, ale căror roluri tradiţionale au fost să aibă grijă de copii şi de casă, au primit roluri diferite în cadrul familiei, de exemplu au devenit cele care asigură hrana, în timp ce bărbaţii lor au plecat să încerce să asigure venituri stabile.[4]

La începutul tsunami-ului din 2004, organizaţia caritabilă Oxfam a raportat că în Sri Lanka, Indonezia şi India au supravieţuit aproape de trei ori mai mulţi bărbaţi decât femei. Deşi nu există un motiv anume pentru aceasta, mai degrabă bărbaţii ştiu să înoate, iar femeile au pierdut timp preţios în timpul evacuării, încercând să-şi găsească copiii şi celelalte rude.

Distrugerea patriarhatului, nu a planetei

Nu am menţionat aceste poveşti ca să te fac să plângi, ci pentru a le încuraja pe femei să conştientizeze ce vulnerabilităţi avem în contextul climatic, să ne mobilizăm şi să acţionăm în beneficiul fiecăreia dintre noi. Femeile înseamnă jumătate din lume şi totuşi există discrepanţe uriaşe de reprezentare în guverne şi în organizaţiile care lucrează pe probleme de schimbare climatică.

Vocile mai multor femei trebuie incluse în stabilirea politicilor, în procesele de planificare şi decizie la cel mai înalt nivel, în ceea ce priveşte schimbarea climatică,

pentru a crea noi drepturi, care să asigure un viitor mai bun. Pentru a vedea că la nivel global dispar realităţi şi întâmplări precum cele relatate înainte, trebuie să ne asigurăm că hotărârile luate de liderii pe care îi alegem ne reprezintă:

- încurajează implicarea femeilor – inclusiv a femeilor şi grupurilor locale – în probleme de negociere şi management al resurselor, în domeniul schimbării climatice. Participarea la astfel de acţiuni le asigură femeilor acces la resurse şi le oferă şansa de a fi prezente la dezbateri şi la procesele de adaptare.
- Se asigură că factorii de decizie înţeleg că degradarea mediului şi schimbarea climatică le afectează pe femei într-un mod diferit faţă de bărbaţi.
- Promovează abordări receptive la problemele de gen pentru finanţarea rezolvării aspectelor climatice.
- Investeşte în tehnologii şi iniţiative care favorizează suste- nabilitatea şi sursele regenerabile de energie ce pun în valoare cunoştinţele femeilor, nevoile şi rolurile lor.
- Integrează strategii de mediu în planificarea familială şi programele de sănătate pentru femei şi invers.[5]

Sabita – coordonator de siguranţă

Când punem în practică toate cele de mai sus, incluzând femeile şi oferindu-le instrumente cu care să acţioneze în fata schimbării

climatice, asistăm la poveşti cum este cea a Sabitei, din Bangladesh.

Sabita, în vârstă de 42 de ani, nu este o mamă oarecare, cu trei copii. Când un ciclon a lovit în 2013 satul în care locuieşte, prevederea ei de a face antrenament în caz de urgenţă, ca să fie pregătiţi în faţa unor astfel de furtuni, a ajutat la salvarea vieţilor a 500 de oameni. Sabita trăieşte într-una dintre cele mai izolate zone din sudul Bangladeshului, unde se întâmplă din ce în ce mai multe fenomene meteorologice periculoase, provocate de schimbarea climatică. ActionAid a pregătit-o să poată organiza un grup alcătuit din femei, care s-au anunţat una pe alta când au văzut că vine furtuna şi, cu calm, să ducă oamenii într-un loc sigur, când a venit dezastrul Sabita şi celelalte femei au făcut un pact că vor face echipă şi data viitoare când se vor confrunta cu orice alt pericol climatic.[6]

Luptătorii pentru mediu

în lume există femei care muncesc continuu pentru binele planetei, iar acest capitol ar fi incomplet dacă nu aş menţiona câteva dintre cele care aduc schimbarea şi ne inspiră. Există femei care activează în sfera protecţiei mediului şi care deschid noi drumuri pentru creativitate, educaţie, ştiinţă, activism şi luptă în fiecare zi pentru protejarea planetei noastre şi a generaţiilor viitoare.

Unora dintre ele le mulţumim pentru că au creat oportunităţi şi pentru că acum putem să consolidăm bazele pe care le-au aşezat ele, altora le putem observa şi urmări activitatea pe măsură ce mişcările de mediu şi conservare se dezvoltă tot mai puternic. Iată câteva femei-luptătoare care revoluţionează lumea, în cea mai prolifică perioadă a lor:

Jane Goodall, Regatul Unit

în 1960, Jane Goodall a început să studieze cimpanzeii sălbatici. A observat în profunzime felul în care aceştia trăiau, ocolind procedurile rigide, ajungând să descopere lucruri uimitoare despre comportamentul primatelor. A continuat să-şi modeleze discursul ştiinţific ca autor, realizatoare de film şi să susţină conservarea ecologică prin *Institutul ¡ane Goodall>* un ONG care se concentrează pe educarea tinerilor, măsuri de conservare şi practici solide de mediu pentru întreaga lume.

Greta Thunberg, Suedia

Greta Thunberg a devenit unul dintre cei mai cunoscuţi activişti de mediu prin protestele ei săptămânale, „Vinerea pentru viitor”. La 16 ani, Greta a fost nominalizată la Premiul Nobel pentru Pace şi a vorbit la ONU, Forumul Economic Mondial şi în faţa guvernelor din toată lumea. Cunoscută pentru curajul cu care vorbeşte despre ceea ce numeşte ea „criza climatică” şi felul în care trage la răspundere politicienii pentru lipsa lor de acţiune, Greta a mobilizat milioane de tineri în sprijinul mişcării sale.

Dr. Sylvia Earle, SUA

De peste 40 de ani, Sylvia Earle s-a aflat în fruntea acţiunilor de explorare a oceanului. După ce în 1970 a fost primul căpitan al unei echipe integral feminine ce trăia sub apă, Earle a condus peste 50 de expediţii şi a acumulat peste 7 000 de ore sub apă. în 1979, a mers pe fundul mării fără cordoane de siguranţă la cea mai mare adâncime atinsă până atunci de o femeie. în 1980, a fondat companiile *Deep Ocean Engineering* şi *Deep Ocean Technologies,* pentru a proiecta vehicule submarine care să le permită oamenilor de ştiinţă să lucreze la adâncimi inaccesibile până atunci. La începutul anilor 1990, a fost coordonator ştiinţific pentru *Naţional Oceanographic and Atmospheric Adminis- tration.* De curând, dr. Earle a folosit banii primiţi de la un premiu TED pentru a fonda o organizaţie non-profit pe nume

Misiunea Albastră, dedicată înfiinţării de rezervaţii marine protejate, în toată lumea.

Isabel Wijsen şi Melati Wijsen, Indonezia

Isabel şi Melati au înfiinţat *Bye Bye Plastic Bags* pe când aveau 10, respectiv 12 ani, fiind inspirate de o lecţie şcolară despre importanţa unor oameni precum Nelson Mandela sau Mahatma Gandhi. Surorile s-au întors acasă în ziua aceea şi s-au întrebat: „Noi, care trăim în Bali, ce am putea face *acum,* pentru o lume mai bună?” Erau deranjate de impactul negativ pe care utilizarea plasticului îl avea în comunitatea lor. Indonezia este al doilea cel mai mare poluator cu plastic din lume, după

China, iar guvernul lor a declarat că se confruntă cu o „urgenţă în ceea ce priveşte gunoiul”. Ţinta lor era să-i convingă pe locuitorii din Bali să spună nu sacoşelor din plastic şi aşa a apărut *Bye Bye Plastic Bags,* un ONG condus de tineri, care a crescut şi a devenit acum o celebră mişcare internaţională ce inspiră şi încurajează tinerii. Mişcarea lor a deschis drumul către interzicerea oficială a sacoşelor de unică folosinţă din plastic, a paielor şi polistirenului pe teritoriul insulelor Bali.

Christiana Figueres, Costa Rica

„Imposibil nu este un fapt, este o atitudine”, spune Christiana Figueres, femeia hotărâtă să salveze lumea de încălzirea globală, care ne-a ajutat să ne schimbăm atitudinea cu privire la schimbarea climatică. Christiana era responsabilă de fundamentalul *Acord Climatic de la Paris* şi a făcut istorie atunci când a reuşit să concretizeze un acord de referinţă pentru limitarea pe viitor a emisiilor de carbon. A fost desemnată Secretar Executiv al Convenţiei-Cadru ONU pe probleme de Schimbare Climatică şi a susţinut, timp de şase ani la rând, sesiuni globale de negociere, pentru a convinge guvernele că este în interesul propriilor ţări să se implice în dezvoltarea durabilă. Rezultatele acţiunilor sale? 189 de guverne au trimis spre aprobare, la ONU, planuri multilaterale pentru gestionarea schimbării climatice. Este un munte de optimism şi speranţă, un erou al tinerilor şi al tehnologiilor curate, o femeie hotărâtă să lase în urmă o lume mai bună decât cea de acum.

Nu există „alta”

Privind pozitiv lucrurile, există aspecte din viaţa noastră cotidiană care diferă de ale bărbaţilor, cum ar fi grija pentru frumuseţe, copiii şi menstruaţia, unde noi, ca femei, ne putem mobiliza să reducem cantitatea de deşeuri personale şi să trăim mai sustenabil. Când vorbim despre eco-feminism, ajungem mereu la gândire incluzivă, dinspre ambele sexe, şi atunci conversaţiile despre copii, ciclu şi standarde de frumuseţe cer o atenţie specială din partea ambelor tabere, pentru a înţelege complexitatea acestor subiecte.

Acţiunile şi deciziile generaţiilor anterioare au făcut din planetă un loc nu foarte plăcut pentru noi şi când văd atât de multă incertitudine în legătură cu viitorul nostru, al tuturor, unii oameni, cunoscuţi drept „Birth Strikers”, au decis să nu aibă copii, ca răspuns la dezastrul climatic ce va urma. Este o formă radicală de recunoaştere a felului în care ameninţarea actuală deja afectează modul în care unii dintre noi îşi imaginează că va fi viitorul. Birth Strikers speră să-şi canalizeze durerea într-un mod pozitiv şi plin de speranţă, creând o mişcare politică ce creşte gradul de conştientizare asupra gravităţii crizei climatice, dar şi devenind un grup de sprijin pentru cei care au decis să nu aducă pe lume copii.

#BirthStrike

Manifest

Subsemnaţii, declarăm că am decis să nu facem copii, din cauza gravităţii crizei ecologice

şi a lipsei curente de acţiune din partea guvern el or faţă de faptul că ne este ameninţată existenţa. Neîncrederea în viitor, lipsa de speranţă faţă de relaţia speciei noastre cu locul în care trăim şi cu cei din jurul nostru, orientarea către activism şi rebeliune, sunt motivaţii comune.

Cefac”greviştii naşterilor”?

BirthStrike prezintă modul în care ameninţarea dezastrului ecologic afectează felul în care ne închipuim viitorul nostru. Este o formă radicală de conştientizare a faptului că pe planeta noastră a început a Şasea Extincţie în Masă, din cauza impactului pe care oamenii îl au asupra mediului. BirthStrike este solidară cu mişcarea pentru drepturile mediului, comunitatea academică şi ştiinţifică ce încurajează acte de revoltă şi schimbare a sistemului, cu scopul de a ne salva viitorul cât mai curând.[7]

Pentru mulţi dintre noi, ar putea părea o măsură radicală să nu faci copii de dragul naturii, dar mari gânditori cum este Sir David Attenborough au subliniat că populaţia în creştere este una dintre cele mai mari ameninţări pentru viitorul planetei noastre. Cu o populaţie în plină expansiune, copiii care se nasc în fiecare zi înseamnă mai puţină mâncare pentru alţi oameni, mai multă presiune asupra resurselor naturale şi, posibil, condamnarea acelor copii la o viaţă de nesiguranţă, pe o planetă nesigură.

N-ar trebui să fim în situaţia în care unora dintre noi le este pur şi simplu frică să aducă pe lume o viaţă nouă. Pentru unele femei, frica faţă de ceea ce se întâmplă cu mediul este atât de puternică încât au hotărât să nu facă copii. Pentru multe dintre ele, refuzul de a aduce pe lume o viaţă a fost o decizie dureroasă emoţional, iar în mediul online au existat atacuri violente împotriva femeilor care au vorbit despre alegerile lor, dar în prezent comunitatea este în creştere, iar activiştii îşi spun părerile şi îşi împărtăşesc experienţele.

Ai vrea să te alături celor de la #BirthStrike?

Pe de altă parte, căutarea unor căi de planificare familială, informarea femeilor şi a fetelor din toată lumea şi din ţările în curs de dezvoltare cu privire la o reproducere sănătoasă poate scădea presiunea asupra mediului înconjurător. Datele arată că, cu cât nivelul de educaţie al unei femei este mai ridicat, cu atât este posibil să aibă mai puţini copii. Femeile care au absolvit şcoala primară şi care ştiu să citească tind să afle la şcoală, în comunitate şi prin expunere la reţelele mondiale de comunicare, diferite perspective despre cât de mare ar trebui să fie o familie. Când femeile primesc educaţie sexuală, cu privire la contracepţie, ele pot să-şi facă un plan familial şi să creeze un cadru mai solid pentru generaţiile viitoare.

Menstruaţiile şi planeta

Aşa ceva nu se discută? în niciun caz nu trebuie să trecem peste acest subiect! Este nevoie urgent de o discuţie despre menstruaţie.

în medie, o femeie, un transgender sau o persoană

non-bi- nară care are menstruaţie, va fi la ciclu, în medie, timp de 2 280 de zile şi va folosi peste 11 000 de tampoane sau absorbante pe

parcursul vieţii? Menstruaţia este o parte firească şi sănătoasă a vieţii unei femei; cu toate acestea, în timp ce în multe culturi ciclul este un fenomen cunoscut tuturor, în multe altele acest subiect este încă tabu, iar ideea că a fi la ciclu este ceva ruşinos are un impact uriaş asupra femeilor şi fetelor din toată lumea. Rezultatul este că produsele pentru menstruaţie şi felul în care ştim sau nu să le folosim ne afectează sănătatea şi mediul.

Partea plastică a menstruaţiei

Ştii din ce este făcut un absorbant sau un tampon? Ai fi şocată să afli că produsele pentru menstruaţie conţin plastic?

Un absorbant obişnuit conţine echivalentul a patru pungi de plastic.

Multe dintre noi sunt complet neştiutoare referitor la ingredientele riscante pe care le pot conţine produsele sanitare şi la ce se întâmplă cu ele odată ce le aruncăm. De fapt, producătorilor nu li se cere să dezvăluie ce ingrediente conţin tampoanele şi absorbantele, dar în urma descoperirilor făcute, experţii în sănătate şi activiştii pentru sustenabilitate au simţit nevoia să tragă un semnal de alarmă.

în general, tampoanele şi absorbantele sunt făcute din bumbac non-organic, care conţine plastic toxic,

nebiodegradabil, materiale sintetice precum aditivi petrochimici, lipici, înălbitor, celuloză şi diluant. Poftim, ce conţin?!

Unele dintre pesticidele folosite pentru creşterea bumbacului non-organic sunt considerate cancerigene de agenţii de mediu din toată lumea şi, potrivit OMS, unele toxine găsite în ele au fost corelate cu problemele de infertilitate, cancer şi risc crescut de îmbolnăvire. Aşa că, da, acum ştii exact ce te aşteaptă în tampoanele şi absorbantele obişnuite, de la supermarket – este timpul să faci o schimbare. *Acum.*

Neajunsurile ecologice ale produselor sanitare

Ce-am scris mai sus a fost doar din punct de vedere al sănătăţii, ca să-ţi atrag atenţia, iar dacă mai ai chef să citeşti, hai să vorbim despre ciclu din perspectivă ecologică. Magnitudinea poluării cu tampoane şi absorbante cauzată anual este un motiv de îngrijorare, mai ales că nu sunt biodegradabile.

O persoană obişnuită care are ciclu aruncă până la 200 de kilograme de produse specifice pe parcursul vieţii.[9]

Se estimează că, la nivel global, sunt aruncate anual peste 100 de miliarde de produse de igienă menstruală. Majoritatea nu sunt nici reciclabile, pentru că au intrat în contact cu sângele nostru, aşa că vor ajunge pur şi simplu la groapa de gunoi. întrucât produsele conţin plastic, va dura peste 500 de ani pentru fiecare absorbant şi tampon să se descompună. Când sunt arse, cum se întâmplă la majoritatea gropilor de gunoi din

lume, produsul eliberează (desigur) dioxid de carbon, pe lângă alte emisii toxice. Produsele de igienă menstruală au o amprentă totală de carbon de aproximativ 15 milioane de tone de emisii de gaze de seră pe an, potrivit Programului ONU pentru Mediu. Asta înseamnă echivalentul arderii a 35 de milioane de barili de petrol.

Deşi lupta împotriva obiectelor de unică folosinţă din plastic, cum sunt sacoşele şi paiele, a devenit o problemă cunoscută de toată lumea, conversaţia depre produsele folosite la menstruaţie este ceva mai delicată. în majoritatea culturilor, este greu să vorbeşti deschis despre deşeurile generate de menstruaţie. Adică, hai să fim serioşi: până de curând, în ţările vestice, reclamele care subliniau cât de discret este acest produs reprezentau sângele ca pe un misterios lichid albastru. Ca societate, evităm să vorbim pe bune despre ciclu, aşa că produsele pentru menstruaţie nu sunt aruncate aşa cum trebuie, deoarece femeile pur şi simplu nu au fost educate suficient în această direcţie, de la o vârstă fragedă. Nu uita de capitolele anterioare în care am vorbit despre plastic şi felul în care se desface în microplastice care rămân zeci de ani în reţeaua noastră de apă şi pot ajunge, la un moment dat, în sistemul nostru alimentar. Produsele pentru menstruaţie sunt întotdeauna în top cinci obiecte găsite în timpul ecologizării plajelor.

Problema contribuţiei la poluarea cu plastic este doar un aspect, dar produsele pentru menstruaţie pot de asemenea să răspândească boli şi agenţi patogeni, din cauza deşeurilor corporale pe care le conţin. Pot pune în pericol comunităţile din apropierea apelor în care ajung.

Dar cum ajung, de fapt, în reţeaua de apă? Multe persoane aruncă tampoane şi absorbante la toaletă; nu am de gând să vă fac să vă simţiţi vinovate, dar vă rog, doamnelor, nu le mai aruncaţi la WC, aruncaţi-le acolo unde trebuie.

Este timpul ca femeile să preia controlul asupra problemelor menstruaţie!, să cunoască în mod responsabil tot ce ţine atât de aproape de părţile lor intime. Trebuie să ştim că noi, ca femei, putem face parte din lupta pentru mediu atunci când ne alegem – şi aruncăm – inteligent produsele pe care este folosim lunar:

- Niciodată nu-ţi arunca produsele pentru menstruaţie la toaletă. Niciodată. Aruncă-le aşa cum trebuie, la coşul de gunoi.
- Ia în calcul folosirea unor produse reutilizabile de igienă menstruală, cum sunt cupele menstruale, lenjeria pentru ciclu şi şerveţelele igienice refolosibile. Toate acestea sună cam incomod, dar încearcă-le. S-ar putea să-ţi ia timp până găseşti ce ţi se potriveşte, aşa că nu te descuraja dacă prima dată nu merge. Aceste articole care pot fi refolosite te vor ajuta, pe termen lung, să faci şi economii.
- Când ai neapărat nevoie de produse de unică folosinţă, alege branduri organice şi transparente, cum sunt acestea (mai bune pentru sănătatea ta şi pentru planetă): OHNE, TOTM (Time of the Month), DAME, Freda, Luna Pads.
- Ajută menstruaţia să devină o problemă publică mai cunoscută astfel:

  1. Cere guvernanţilor să oblige corporaţiile să

dezvăluie ingredientele pe care le conţin produsele pentru menstruaţie.

2. încurajează companiile să *nu* mai folosească plastic pentru produsele lor.
3. Iniţiază campanii de lobby pentru oferirea gratuită de produse sanitare pentru femei şi fete din toată lumea, pentru a pune capăt problemelor pe care le au persoanele sărace la menstruaţie.
4. Susţine şi află mai multe despre *City to Sea,* un grup care luptă împotriva poluării oceanelor şi care a iniţiat campania #PlasticFreePeriod.

Frumuseţe

Industria produselor de înfrumuseţare generează cantităţi imense de deşeuri. 120 de miliarde de ambalaje sunt produse anual, în lume, de industria cosmetică[10], majoritatea nereci- clabile, degradabile abia după sute de ani. Prea multe produse sunt livrate înfăşurate în plastic, îndesate între fâşii de hârtie, cutiuţe de carton, sclipici şi uneori toate cele de mai sus, pentru o singură achiziţie. Iar produsele pe care le putem recicla, mulţi dintre noi nu le reciclează, pentru că pur şi simplu nu ne amintim că putem recicla produsele cosmetice. Sau, în cazul în care acele articole ajung la un centru de reciclare, adesea industria n-are răbdare să-şi bată capul cu ele şi să recicleze produse din materiale diferite.

Totuşi, în prezent există multe opţiuni ecologice de produse pentru înfrumuseţare, oferite de branduri

pentru toată lumea sau branduri de lux. Ia decizii conştiente şi responsabile atunci când cumperi astfel de produse şi alege-le pe cele ambalate mai simplu, preparate din ingrediente pe bază de plante. Câtă vreme produsul îşi face efectul asupra feţelor şi corpurilor noastre, cui îi pasă dacă ambalajul arată urât, atunci când viitorul frumuseţii este mai verde?

- Realimentează, nu cumpăra. Multe companii oferă moduri de reumplere a produselor tale, înloc să le înlocuiască, fie în magazin, fie prin platforme „circulare” de cumpărături, inclusiv livrări la domiciliu.
- Reciclează şi reumple. Dacă la început nu ai putut să cumperi sticle reutilizabile, vei descoperi că reciclarea produselor de înfrumuseţare a devenit mai simplă, întrucât brandurile încep să pună la dispoziţia clienţilor cutii de reciclare în interiorul magazinelor şi puncte de colectare pentru recipiente goale.
- Fii pretenţioasă cu plasticul. Bun, în această carte am tot vorbit despre schimbări optimiste, dar sfaturile trebuie să fie şi realiste. Produsele complet sustenabile s-ar putea să nu fie prea comode pentru tine şi s-ar putea să n-ai prea multe variante în zona ta de cumpărături. Dar caută, cel puţin, produse cu simbolul „Reciclabil” pe ele.
- Fii creativă şi refoloseşte ambalajul.
- Cumpără balsam de buze în cutiuţe de metal, mai degrabă decât în tuburi de plastic.
- Pentru demachiere, în loc să foloseşti şerveţele de faţă şi discuri demachiante de unică folosinţă, alege

discuri reu- tilizabile, din bumbac, sau bureţi facuţi din rădăcini vegetale, în loc de fibre sintetice.

- Nu mai folosi şerveţele umede de unică folosinţă sau şerveţele umede pentru bebeluşi. A fost o vreme când credeam că şerveţelele cosmetice merită Premiul Nobel pentru serviciile aduse femeilor ocupate. Dar acum? Acum ştim că inclusiv aşa-zisele şerveţele biodegradabile ajung la gropile de gunoi sau, şi mai rău, provoacă 93% din blocajele de canalizare din Regatul Unit.[11] Rămâi la batistele din bumbac subţire care se pot spăla manual, mai ales că şi dermatologii le recomandă, pentru că sunt mai bune pentru piele.
- Străluceşte cu grijă. Poate că sclipiciul strigă „distracţieee!”, dar n-ar trebui să-l foloseşti dacă vrei să protejezi mediul. Sclipiciul obişnuit n-ar trebui să fie folosit, pentru că este făcut din particule mici de plastic. Când te speli, ajunge în reţeaua de apă şi în oceane şi este înghiţit de fauna acvatică. Tot mai vrei să străluceşti? Alege variante biodegradabile de sclipici de corp, cum ar fi Disco Dust, Eco Glitter Fun sau Bleach London. Există destule alternative, aşa că nu te sfii să le încerci la următorul sezon de petreceri.
- Dacă tot faci un duş, renunţă la săpunul lichid pe care îl foloseai de obicei şi înlocuieşte-l cu săpunuri solide.

ECONOMII LA DUŞ

Lăsând deoparte problema ambalajelor, britanicul obişnuit consumă zilnic 142 de litri de apă, folosind cam 50 de litri pentru un duş, apă care ajunge în canalizare. Brandul Aveda şi-a dat seama că am putea economisi aproximativ 27 de litri de apă dacă am reduce cu doar 3 minute timpul petrecut la duş şi dacă am prelungi cu o zi intervalul dintre momentele în care ne spălăm pe cap. în timp ce economiseşti resurse, gân- deşte-te la cei peste 840 de milioane de oameni care trăiesc fără să aibă acces la apă curată.

Poluarea datorită spray-urilor

Un alt impact negativ pe care îl are industria cosmetică este poluarea aerului produsă de parfumuri, fixative şi déodorante. Studiile au subliniat că aceste produse emit aceeaşi cantitate de vapori chimici ca şi automobilele. Particulele din aer dăunează stratului de ozon şi plămânilor noştri.[12] Poţi face ceva ca să schimbi lucrurile:

- Foloseşte déodorante şi parfumuri cu bilă.
- Alege uleiuri şi geluri ca alternativă la produsele pentru îngrijirea părului cu pulverizator.

Creme de protecţie solară care îţi fac rău

Industria cosmeticelor a fost luată în vizor în ultimii ani deoarece foloseşte ingrediente controversate. Oxibenzenul, o substanţă chimică des întâlnită în cremele de protecţie solară, este extrem de dăunător

pentru recifurile şi ecosistemele oceanului, în fiecare an, aproximativ 14 000 de tone de cremă plină de chimicale se ia de pe pielea noastră şi ajunge direct în mare, transformându-ne obiceiurile pentru protejarea pielii de razele soarelui într-un factor major al deteriorării oceanului. Ce poţi să faci:

- Cumpără de la branduri ce au scos din reţetele lor filtrele care conţin substanţe chimice corozive, dar au păstrat un factor de protecţie ridicat şi au un produs uşor de aplicat pe piele.
- Când cumperi produse de la firme mai mici, există şanse mai mari să folosească ingrediente produse sustenabil, pentru că lanţul de aprovizionare este mai scurt şi îl poţi verifica mai uşor. Uleiul de palmier, de exemplu, este folosit în aproape jumătate dintre produse. Acest lucru a dus la de-frişarea unor zone uriaşe şi chiar la dispariţia unor specii de animale. Ca să eviţi problemele ascunse de acest tip, cel mai bun mod ca să afli dacă ingredientele dintr-un produs sunt obţinute sustenabil este să verifici dacă au logo-urile *Fair Trade* sau *Rainforest Alliance* pe ambalaj.

Citind acest capitol, fără să-ţi dai seama, ai devenit eco-fe- minist. Când pui în practică obiceiuri prietenoase cu mediul şi te identifici cu dorinţa de a avea o planetă mai sănătoasă, contribui la crearea unei vieţi mai bune pentru toţi oamenii şi toate fiinţele.

„Suntem la numai 1,5 metri deasupra nivelului mării şi orice modificare, orice creştere a

nivelului mării practic va duce la acoperirea insulelor Maldive de apă... Avem dreptul să trăim.”

Mohamed Nasheed, Ex-preşedinte al Insulelor Maldive

Toţi oamenii au de suferit

Schimbarea climatică nu face diferenţă între oameni, ci ne afectează pe *toţi,* indiferent de părerile tale politice, de religia în care crezi sau dacă eşti de acord sau nu cu democraţia. Cu toate acestea, trăim într-o lume unde este simplu să îi învinovăţeşti pe ceilalţi: mediul înconjurător este problema altei persoane şi tot ea trebuie să o rezolve.

Pentru aceia dintre noi care trăiesc într-un oraş mare, ideea că o furtună puternică şi neaşteptată ar putea lua casa cuiva, sau că o întreagă ţară insulară ar putea să dispară până în 2050 deoarece nivelul mării creşte pare ceva de neimaginat. Ne confruntăm deja cu dezastre naturale, foamete şi inundaţii, ca rezultat al schimbării climatice. în viitor, vor veni şi mai multe, vor aduce conflicte şi războaie în şi mai multe ţări, iar oamenii nu vor mai avea încredere în discursul politic modern. în 2019, Mozambic, Zimbabwe şi Malawi au fost devastate de ciclonul Idai. în Siria, Libia şi Yemen, haosul climatic a contribuit parţial la izbucnirea războiului civil. în Guatemala, Honduras şi El Salvador distrugerea culturilor, seceta şi falimentarea pescăriilor au scos oamenii din case – disperarea nu este o opţiune. Capacitatea ţărilor menţionate de a-şi reveni este grav afectată de condiţiile politice instabile şi de corupţie,

dar în cele din urmă, situaţia climei de pe Terra va cere mai multă atenţie din partea politicienilor şi relaţii internaţionale mai strânse.

Tema de bază a acestei cărţi a fost să prindem curaj să acţionăm, fiecare dintre noi, şi să recunoaştem că schimbările mici, dacă sunt făcute de mii de oameni, au impact. Lipsa noastră de acţiune a forţat oamenii din alte părţi ale lumii să ia atitudine, pentru că au trebuit să se confrunte cu circumstanţe teribile, provocate în primul rând de felul în care consumăm noi, cei din Vest? [3] Făcând aceste schimbări prietenoase cu mediul, începem să devenim responsabili nu doar pentru binele nostru şi al cercului nostru social, ci pentru fiecare fiinţă care trăieşte pe planetă. Este greu să ne imaginăm că ceva rău s-ar putea întâmpla aici, în Vest, şi acum, în mediul nostru de acţiune, dar dacă încercăm să empatizăm cu oamenii aceia care se confruntă cu nedreptăţile climatice, vom putea construi o adevărată reţea a schimbării.

Ca autoare a acestei cărţi, am subliniat constant faptul că provin dintr-un loc privilegiat şi, din fericire, trăiesc în Londra, nu trebuie încă să-mi fac griji că va trebui să migrez în altă parte în anii ce urmează şi până acum nu am trecut prin vreun dezastru natural. în călătoriile făcute datorită specificului muncii mele, am văzut ce înseamnă impactul schimbării climatice asupra oamenilor şi comunităţilor, dar nu vă voi spune eu această poveste. Iată vocile şi poveştile unor oameni din toată lumea, spuse cu propriile lor cuvinte.

Selina Neirok Leem, luptătoare pentru climă din

Insulele Marshall

„Ne-au mai rămas 11 ani până vom trece de 1,5 grade Celsius.” Această afirmaţie, făcută de un om de ştiinţă norvegian, mi-a răsunat continuu în minte şi n-am mai urmărit restu I evenimen-

J

tului. Mă uitam la feţele lor, îi auzeam, dar nu-i ascultam.

Casa mea. Casa mea frumoasă şi dragă. Mama, baba, bubu, jimma, rudele, prietenii, vecinii, cunoştinţele – toate aceste feţe pentru care lupt. Am pierdut? Asta a fost tot?

Insulele Marshall, o ţară insulară aflată la mijlocul distanţei dintre Hawaii şi Australia, este casa a aproximativ 52 000 de oameni. Casa mea se confruntă cu secete, iar pământul şi apa au devenit sărate, de la apa de mare care a ajuns pe uscat, din cauza eroziunii solului şi a inundaţiilor. Noi, locuitorii, ne confruntăm cu valuri mai înalte decât zidurile de protecţie construite pe ţărm, casele ne sunt distruse, mormintele sunt izbite cu o forţă cu care numai marea poate lovi, dezgolind rămăşiţele membrilor familiilor noastre. Ne confruntăm cu uscarea şi sărarea culturilor şi a pânzei freatice. Apoi din nou, a doua zi, după o noapte grea în care pământul şi apa s-au luptat, adunăm resturile. Construim zidul de protecţie spart, curăţăm gunoaiele pe care apa ni le-a aruncat înapoi, adunăm cu mopul şi măturăm apa care ne-a

intrat în casă. Ne rugăm pentru binele nostru, împreună sau fiecare separat încercăm să ne ascundem frica unii de ceilalţi.

Casa **noastră riscă să dispară şi noi nu acceptăm asta. Conducătorii noştri şi tineri lideri au devenit luptători pentru climă, în toată lumea, dar şi acasă. Dincolo de mări, vorbim către mii de urechi surde şi cerem dreptate climatică pentru casa noastră. Acasă, îi educăm şi îi pregătim pe tineri cu privire la schimbarea climatică, la uneltele pe care le au şi pe care le pot folosi ca să se mobilizeze, să ne ajute să ne adaptăm şi să micşorăm pagubele. Casa noastră este rezistentă şi aşa vom fi şi noi. Nu vom ceda. Oricum, nici nu avem de ales. Nu ne permitem acest lux. Facem ce putem. Şi ar fi timpul să începi să-ţi faci şi tu partea ta. Nu te rog, ci îţi cer să faci asta.**

Farm an, Chitral, Pakistan

Eu sunt Farman. Când eram copil, iarna aveam zăpadă, primăvara şi toamna veneau ploi uşoare, iar vara nu ploua deloc. Dar acum, vara se întâmplă să plouă dintr-odată mult şi să se producă rapid inundaţii. în ultimii cinci ani, vremea s-a schimbat mult.

Trecem prin inundaţii, valuri prelungite de caniculă, creşte nivelul mării şi al râurilor, plouă prea mult, vin uragane şi, din cauza

creşterii temperaturii, gheţarii noştri se topesc. în total sunt 282 de gheţari în zonă - 187 dintre ei s-au topit deja şi încă 20 au fost declaraţi periculoşi. Gheţarii care se topesc produc inundaţii, care spală totul în cale.

Din cauza căldurii, nu mai ninge în Chitral; totuşi, în satele izolate, de sus, din munţi, ninge mult – şi, uneori, din senin. Acolo vin şi ploi grele, care provoacă avalanşe. Anul acesta, în martie, au murit 9 studenţi într-o avalanşă.Tocmai îşi terminaseră examenele şi se duceau acasă.

în oraşe, căldura provoacă alte probleme. Oamenii săraci nu au electricitate, aşa că nu au apă rece de băut. Apa care curge la robinet este foarte fierbinte şi există şi ceva probleme sanitare, aşa că nu este bună de băut. Oamenii mor din cauza căldurii, iar numărul lor creşte în fiecare an.

Totul îi afectează pe cei săraci, în mai multe feluri, întrucât aceştia nu au nici măcar condiţiile de bază. Copiii mor de diaree, din cauză că apa se contaminează la inundaţii şi sunt o mulţime de alte boli pe care oamenii le fac din cauza calităţii apei.

Pakistan se află în top zece ţări grav afectate de evenimente meteorologice extreme şi este pe locul opt pe lista Globală de Risc Climatic. Estimările spun că în fiecare an, 487 de morţi sunt cauzate de accidente care au legătură cu fenomenele meteo extreme. în 2015 au avut loc două inundaţii

grave în satul meu. Am rămas izolaţi de celelalte oraşe şi sate timp de două luni, pentru că drumurile şi podurile au fost luate de ape. N-am avut electricitate timp de 12 luni, pentru că o întreagă hidrocentrală a fost luată de ape. Acum folosim lemne ca să facem focul şi am un mic panou solar, care îmi permite să ţin aprinse 3-4 becuri în casă.

Mă bucur că pot să-mi împărtăşesc povestea.[14]

Comunităţi care dispar

îţi poţi închipui cum este să-ţi faci griji dacă peste 30 de ani vei avea o casă, sau măcar o ţară în care să-ţi poţi creşte copiii?

Pentru multe ţări insulare în curs de dezvoltare, cum sunt Insulele Marshall, unde trăieşte Selina, nivelul mării creşte atât de repede că insule cum sunt acestea s-ar putea să nu mai existe până în 2050 sau curând după. Dispar naţiuni întregi. Dacă paşapoartele lor nu mai sunt valabile, pentru că ţara lor s-a scufundat în mare, unde se pot duce? Unde îşi vor găsi locul? în acest moment nu există legi internaţionale care să protejeze refugiaţii climatici, şi atunci cine le va veni în ajutor? Trăim deja vremuri în care se întâmplă atâtea tragedii şi frământări politice, atunci cât vor mai putea rezista naţiunile? Trebuie să luăm măsuri, să facem un plan pentru siguranţa generaţiilor viitoare.

Pentru insulele mici, schimbarea climatică este o provocare nemaivăzută. Greutăţile cu care toate ţările se confruntă pentru a ţine pasul cu impactul schimbării climatice sunt sporite de faptul că au o arie geografică

mică, sunt izolate şi expuse elementelor naturii, temperaturilor foarte mari, fenomenelor meteorologice extreme mai dese, plus creşterea nivelului mării. Toate acestea cresc riscul de îmbolnăvire şi mortalitatea. Adaptarea la schimbările climatice actuale şi viitoare este de importanţă critică pentru toate insulele mici şi trebuie să le mulţumim liderilor care reprezintă generaţia viitoare, ca Selina, pentru că ne împărtăşesc poveştile lor despre ce înseamnă realitatea.

Refugiaţii climatici

Potrivit Fundaţiei pentru Justiţia Mediului, refugiaţii climatici sunt persoane sau grupuri de persoane care, din cauza schimbărilor climatice bruşte sau progresive ce le-au afectat puternic vieţile sau condiţiile de viaţă, sunt obligate să-şi părăsească zona de origine şi casele, temporar sau permanent, şi călătoresc în interiorul ţării sau dincolo de graniţele ei?[5]

Ideea refugiaţilor climatici nu este foarte departe de noi. Numai în Regatul Unit, până în 2080, vor fi în pericol un milion şi jumătate de case. Fairbourne este un orăşel galez idilic, aşezat pe coasta Mării Irlandei, străjuit de ape şi munţi. Dar după ce un zid de protecţie împotriva mării a fost spart în 2014, Consiliul Local a decis să nu mai repare întruna zidul şi, dată fiind anticiparea creşterii nivelului mării peste tot în lume, au anunţat că Fairbourne va fi „dezafectat” începând din 2045. Ce înseamnă asta? Cei 1 200 de locuitori actuali din Fairbourne vor fi obligaţi să se mute şi, începând de acum, au fost oficial etichetaţi drept primii refugiaţi din cauza schimbării climatice, din Marea Britanic. în timp

ce Fairbourne se pregăteşte să şteargă orice urmă de existenţă umană şi pământul se va întoarce în cele din urmă în mare, aceştia nu vor fi ultimii britanici care au o asemenea soartă, pentru că mai există multe alte sate de-a lungul coastelor erodate şi câmpiilor inundabile ale Angliei.

Realitatea este, totuşi, că schimbarea climatică afectează disproporţionat zonele mai sărace ale lumii, lovind mai ales acele comunităţi care au contribuit cel mai puţin la schimbarea climatică. Amploarea urgenţei înseamnă că este nevoie să realizăm că schimbarea climatică este problema tuturor, indiferent de situaţia financiară. Având asta în minte, noi, ca indivizi, avem responsabilitatea morală să ne pese.

Cum se poate să fim atât de avansaţi tehnologic şi progresişti şi totuşi să existe situaţii în care, în unele ţări, drepturile omului nu sunt recunoscute, iar oamenii mor de foame cu toate că *avem* destulă mâncare pentru a hrăni pe toată lumea? Copiii mor de boli care pot fi prevenite şi o mulţime de ciudăţenii meteorologice lovesc comunităţile şi distrug absolut tot. Prin dezvoltarea capitalismului şi a consumerismului, ne îndreptăm către un model de existenţă care exploatează totul la zero, o paradigmă în care câştigul unei persoane echivalează cu pierderile alteia, aşa că schimbul de beneficii este, de fapt, zero.[16]

Te poţi gândi la asta ca la o persoană dintr-o ţară dezvoltată care foloseşte mai multă energie şi provoacă o creştere a nivelului mării într-o mică ţară insulară şi o altă persoană a cărei casă este literalmente luată de apă. Sau poate ca la o persoană care taie o parte din

pădure ca să-şi construiască o casă, iar rezultatul este că mor o mulţime de plante şi animale.

Acest capitol le-ar putea părea unora dintre cititori dramatic şi apocaliptic. Poate că trăieşti într-un oraş în care aşa ceva nu te va afecta niciodată, sau te întrebi de ce ar trebui să te emoţioneze faptul că se întâmplă astfel de lucruri. S-ar putea să evităm responsabilitatea închizând ochii în faţa efectelor vizibile din locurile în care trăim şi să spunem că este prea târziu ca să mai facem ceva, dar dacă facem asta, îi condamnăm pe alţii să trăiască în sărăcie cruntă sau chiar să moară. Nu putem controla ce se întâmplă din cauza fenomenelor meteo extreme, dar cei care au trăit înaintea noastră au provocat aceste dereglări, iar acum este timpul să contracarăm acele acţiuni.

Clima se schimbă – poţi s-o faci şi tu

Acţionând conform oricăruia dintre sfaturile din această carte, vei arăta că îţi pasă de mediu şi ajutând planeta, probabil vei ajuta oameni din toată lumea. Dar poţi face mai mult:

Citeşte şi ştiri din afara ariei tale obişnuite de interes şi află ce se întâmplă în lume.

Cere-le guvernanţilor să recunoască statutul refiigiaţilor climatici şi să susţină un nou acord legal care să le garanteze drepturile. Aceste populaţii nu au în prezent niciun fel de sprijin legal, iar organizaţii precum Fundaţia pentru Justiţia Mediului fac o treabă

incredibilă încercând să le ajute să-şi facă vocile auzite: www.ejfoundation.org.

Când dai de o poveste despre comunităţi globale afectate de schimbarea climatică şi dezastre naturale, împărtăşeşte ştirea cu cei din cercul tău de prieteni sau pe canalele tale sociale. Când Amazonul a început să ardă şi presa generalistă nu relata despre subiect, oamenii s-au orientat către reţelele sociale şi au creat un tărăboi uriaş. Arătând spre fapte care ar putea necesita mai multă atenţie, când presa internaţională nu îşi face treaba, tu eşti cel căruia îi pasă.

Urmăreşte mai multe documentare şi mini-serii despre impactul schimbării climatice.

Urmăreşte mişcări precum Extinction Rebellion şi Greenpeace, ca să măreşti puterea colectivă a oamenilor şi să simţi că faci parte din ceva mai mare, unde oamenii, împreună, luptă împotriva schimbării climatice.

> „Uneori, când vrei să faci o schimbare, este necesar să întorci lumea pe dos, nu doar pentru că aşa-i mai bine, ci pur şi simplu pentru că aşa este cel mai bine.” **Selina Neirok, o fată care trăieşte pe o insulă mică, dar are visuri mari**

Concluzie: clima se schimbă – tu vrei să te schimbi?

„(Poate că) ceea ce faci este insignifiant dar este foarte important să o faci.”

Oumarou Ibrahim

TrĂim înl-r-o ¡ncxeJlibil în GA/^

AIA Q<XÎS4Ă IAA vĂspAns unic? AI nic4iArt<u înĂAsfvÎi,

GArV/ SA poAÎĂ rfezolvA ¡MQJÜAl” GKÍZA GlÍMAlÍGA

p<i/ o 4YAÍM AGAM.

SA f AGÍ GfeVA GA SQAs înstAMrtĂ SA fii o pAr+o/

Ăin SOlIA4ÎQA

MM lA snskAAbilUAk/ GAlĂ

îgiWĂM inexjAlilĂfile/.

T/eÂ?Al<î/ SA U|4ĂM GA i^Aor'A/vţ'A/ SA tfĂspĂrtĂifl*

GArtoAşltYfeA şl <^SA<S^lQ/ şi SA Ă^SGĂiĂ^m

ĂVAMAl

P^A4TA *CAÁ cA/* vin în A<MA noAsivĂ

Ort AVfcv4isMWv|- oMferthfQz AV^M AoAf Î2. Arti

U Aispozilk/ CA SA SC^UM^AM «AAÎCAl

îrtAirtk/ SA4Y^C«4A pArtckl îrt CA/Cl/ rtw MAI «/sk,

CAl«/ A«/ îrtlvA'fceYfe,

Fii nrt OM twrt.

Fii MMIlHMM" Ae/ AlQ^QYîlQ/ 4-Al^.

Sparte, MAI AtpArk,.

X>orîrt+-A Ae, A AVCIA o plArttÎA MAI btirtA

îrtcef«/ CA A AlO^Q/ AîfWk

RrfwZA. Rsi/An. Rj^cidoAZA.

ProfiriJ 4AM 0|4iMÎSM t/S-k/ CW\ C«/ VA SAS-fîrt«/

AACIA/AJ<AÎA îrtfVAsIvA&kifA A sckiMbĂrii glo^Al«/.

ţ>4iMpnl SA lAŞî rtsxjAf'ivisMul A^pArk/.

Ş+iVita Ae^spira, A«/zAS4v^> KApoArkta ş+îirtfiflc«/

f oloSO/Ş-kz-k/ p<i/ pos-p A<i/ *c^cMiz^dwi* AÎ

SckÎML>A/li.

OoMpoifk\M<trt-kl tf^sportsAbil SOCÎA! •ts'k/ lA MOAA.

Ri^rt^-k-AzĂ-kz şi îA îrt cortsiAeYAif«/

C2^AC€/AÎ A^JA.

SMS+^ALIlĂ festa, AC*A AfezvolWfe

cArfe SAHsÎAC«, Afevoîlfe prfezfentaLî fĂ<Ă SA

Apfecta,zfe

hffemfeJÎAbîl CApAcitatl-feA gfertferAriilor VlHnoA/fe

Afe A-şî SAÎÎsfACJfe p'fopriilfe AfeVol.

MM MHA AÎCÎOAAIA AfeffeLI îrt CA/fe sdUMbAffeA

dimAficA Apfec4feAzĂ oAMfertîi, pfe^tan CA AAÎA

VÎttaAffe

S-AT pwtaA SA-li Sfe îrtl-AMpIfe+ife, fA^ilifei

SAM COMMfIttaM'ii -Mfe.

/

„Aceasta este provocarea morală a generaţiei noastre. Nu numai că lumea are ochii aţintiţi asupra noastră. Mult mai important este că generaţiile viitoare depind de noi. Nu le putem fura copiilor viitorul.”

Ban Ki-Moon, ex-secretar general ONU

Punctul de pornire

Cercetarea unor sisteme complexe a arătat că planeta noastră este în pragul unui dezastru ecologic şi a unui val violent de inegalitate socială. Oameni de ştiinţă foarte avizaţi avertizează că planeta noastră se confruntă cu o criză climatică îngrozitoare şi omenirea trebuie să afle că mai avem doar 12 ani la dispoziţie ca să schimbăm mersul lucrurilor, înainte să fie prea târziu. Subiectele prezentate în această carte arată o mică parte din ceea ce se întâmplă în diferite industrii şi cum contribuie ele la schimbarea climatică. De asemenea, oferă o imagine de ansamblu asupra posibilelor alternative şi soluţii prezente şi viitoare. Dacă vom continua ca până acum, producând cât mai multe haine anual, generând la fel de multă risipă alimentară şi aruncând obiecte de unică folosinţă din plastic, distrugerea continuă a naturii, pădurilor şi oceanelor va pune în pericol posibilitatea noastră de a respira aer sănătos şi de a bea apă curată. Continuăm să luăm, fără să dăm prea mult înapoi.

Obiectivul a fost clar în ultimii 30 de ani pentru oamenii de ştiinţă, afacerişti şi politicieni, dar niciunul dintre ei n-a făcut vreun progres semnificativ în protejarea naturii. Când vine vorba despre felul în care ne folosim banii, brandurile care lasă costurile în seama consumatorilor dau dovadă de laşitate. Atenţia de care poţi da dovadă, alegând de unde şi cum îţi faci cumpărăturile, reprezintă un instrument incredibil de puternic, pentru că aşa contribui la o societate de consum sustenabilă. Sustenabilitatea nu este o fază

trecătoare, o modă; viitorul afacerilor cere să ai un scop, etică şi grijă pentru mediu în centrul setului de valori.

Toţi trebuie să mâncăm, toţi trebuie să ne îmbrăcăm, toţi avem nevoie de energie şi ne dorim case fără substanţe toxice pentru familiile noastre. Pentru industriile despre care am vorbit în această carte, de la modă la mâncare şi obiecte din plastic, sustenabilitatea deschide noi oportunităţi de afaceri. în ceea ce priveşte interesul manifestat de domeniile menţionate mai sus, ritmul în care se mişcă este prea lent, aşa că responsabilitatea schimbării se află în mâinile tale.

Multe guverne, organizaţii internaţionale şi companii continuă să vorbească, să negocieze şi chiar să organizeze evenimente în toată lumea, la care persoane influente discută despre schimbarea climatică, promit acţiune şi un viitor mai bun. Rapoartele ONU vorbesc despre consecinţele dezastruoase ale încălzirii globale cu 2 grade Celsius şi despre sistemul planetar care a ajuns la limita colapsului. Adevărul este că lucrurile deja se întâmplă, iar noi vedem efectele în diferite părţi ale lumii, când ascultăm poveştile unor comunităţi care au pierdut tot ce aveau din cauza poluării şi a schimbărilor meteorologice.

în prezent, casele unor oameni sunt literalmente luate de ape, dezastrele naturale distrug regiuni întregi, cu o viteză nemaivăzută şi lasă în urmă milioane de refugiaţi în toată lumea, oameni care nu mai au un loc al lor din cauza schimbării climatice şi a lipsei de protecţie din partea legilor internaţionale. Mii de tineri din ţări insulare în curs de dezvoltare sunt îngroziţi de gândul că în viitor nu vor mai avea o ţară. Schimbarea climatică

îi afectează pe cei mai vulnerabili oameni din lume, dar nu uita că tu, familia sau comunitatea din care faci parte, aţi putea fi următorii afectaţi de fenomenele meteorologice imprevizibile sau de natura în schimbare.

în capitolul de început, am explicat că această carte reprezintă vocea unor oameni ale căror vieţi se schimbă dramatic din cauza schimbării climatice. Primele şi cele mai afectate zone sunt cele mai sărace regiuni de pe Pământ şi cele mai puţin reprezentate, care nu au o platformă necesară pentru a-şi face cunoscute poveştile.

Cartea mea este pentru cei care nici nu sunt încă aici, nu s-au născut încă. Cartea îţi cere să empatizezi cu cei nenăscuţi şi cu oamenii săraci din zona sudică a planetei şi să îţi schimbi stilul de viaţă ca urmare a nevoilor lor – ceva ce omenirea n-a mai făcut până acum. Este timpul să înceapă să ne pese şi de alţii, nu doar de noi.

Rezultatele acţiunilor noastre de-a lungul istoriei se văd peste tot şi nimeni nu poate spune cu precizie când va fi următorul moment în care civilizaţia va fi anulată. Salvarea climatică va fi formată dintr-o serie de transformări şi va veni ca rezultat al acţiunilor hotărâte şi persistente ale unei mase critice de oameni implicaţi, cum eşti tu. în ciuda şanselor care nu par să ne favorizeze, nu există un precedent sau o hartă pentru cei ce se ocupă în prezent de dezbaterile despre climă; nu există cărţi sau documente vechi care să ne spună ce trebuie să facem când planeta ajunge în impas. Citind această carte, poate că ai trecut printr-o serie de emoţii, de la vină la tristeţe, depresie, confuzie cu privire la situaţia adevărată a planetei noastre. Totuşi, intenţia nu este să te întristez, intenţia acestei cărţi este să fie un

instrument care să te sprijine, să îţi ofere cunoaştere şi să te ghideze ca să ajungi să faci lumea mai bună, prin alegerile tale.

Schimbarea climatică nu este nici o problemă de clasă: este o problemă de viaţă şi de moarte pentru *toate* fiinţele vii de pe planeta noastră. De unde să începem? De la a ne interesa, a avea empatie, a susţine firmele etice şi a folosi şi a avea cele necesare acum fără să compromitem nevoile generaţiilor viitoare. Em- patia, compasiunea şi omenia – trei cuvinte care, dacă sunt puse în practică, vor fi baza revoluţiei de mediu de care avem atât de multă nevoie.

Nu este vorba să devenim atât de conştienţi încât să ne punem pe noi în poziţii dificile şi să ne ocupăm de probleme prea mari pentru puterile noastre; aşa apare suprasolicitarea cognitivă, care blochează acţiunile climatice. Nu este vorba nici despre a crede că schimbarea climatică este responsabilitatea altcuiva şi ca urmare este o scuză ca noi să nu acţionăm. Multora dintre noi ne este bine în lume; simţim că propriul ecosistem este stabil şi sigur, pentru că efectele schimbării climatice nu ne izbesc în faţă. Din cauza acestui sentiment de siguranţă, putem deveni refractari la schimbare, dar când începem să asociem efectele schimbării climatice cu sistemele mai apropiate de noi, putem să ne asumăm reorganizarea vieţilor noastre.

Uneori, istoria are un mod al ei de a forţa oameni obişnuiţi să se ridice la înălţimea circumstanţelor, punându-i în situaţii la care nu s-ar fi aşteptat. Vrei ca într-o bună zi nepoţii tăi să te privească dezgustaţi şi să te întrebe: „De ce n-ai făcut nimic, când încă mai era

timp să opreşti nenorocirea?” Trebuie să ne pregătim să putem face faţă viitoarelor generaţii când ne vor întreba ce am făcut în momentul în care ne-am dat seama că viitorul nostru era în pericol. Dacă ai bani, capital social şi cultural şi un cămin stabil, sunt şanse mai mari să îţi permiţi să aplici mai multe dintre schimbările propuse de această carte.

Suntem conectaţi într-un mod semnificativ mai intens decât am fost vreodată – vieţile noastre se întrepătrund. Ajutaţi de acces la instrumente şi resurse fără precedent, cu un singur click putem să învăţăm şi să aflăm aproape orice. Datorită globali- zării şi internetului, suntem cea mai informată generaţie. Lumea noastră este atât de bine conectată tehnologic încât nu mai există graniţe. Nu suntem limitaţi de graniţe – fiecare gest pe care îl facem, fiecare lucru pe care îl spunem, are impact la nivel global. Cei mai mulţi dintre noi avem atât de multă autonomie şi atât de mult control asupra propriilor vieţi. Vocile acelora dintre noi care sunt suficient de norocoşi încât să trăiască într-o democraţie se aud tare şi clar. Putem folosi instrumente precum reţelele sociale nu doar ca să ne conectăm, ci şi ca să expunem o nedreptate, un brand, să cerem mai mult de la liderii noştri, de la firme şi de la semenii noştri, referitor la ce vrem şi ce nu vrem să se întâmple cu lumea noastră.

Am scris această carte ca să demontez stereotipuri. La începutul povestirii mele se află o femeie care a reuşit să schimbe din interior o industrie, folosind mijloace creative de creştere a conştientizării şi care a deschis discuţia despre schimbarea climatică. Nu sunt

un activist pentru climă care scoate bani din această temă sau care şi-a făcut o carieră digitală dând sfaturi. Cartea mea a apărut dintr-un sentiment de neadaptare, din grijă şi din dorinţa de a acţiona, oriunde şi oricând a fost posibil. Să-ţi pese de oameni şi de planetă înseamnă să împărtăşeşti idei. înseamnă să înţelegi perspective diferite. Să creezi dialog şi să aduci împreună cele mai deosebite grupuri. înseamnă să recunoşti că, la scară globală, schimbarea climatică este cea mai mare ameninţare ce planează asupra generaţiei noastre – să recunoşti că tu eşti schimbarea.

Ni se spune adesea să fim într-un anumit fel şi să fim mai dedicaţi proiectelor curajoase şi ambiţioase. Multă vreme, în acti- vismul de climă a existat impresia că există doar două tabere în această discuţie: „Noi”, cei ce cred în schimbarea climatică, ver- sus „Voi”, cetăţenii obişnuiţi – cei „buni” împotriva celor „răi”. Ni se spune adesea că este treaba guvernului să rezolve criza şi că dacă îţi pasă de mediu, singura cale este o acţiune radicală individuală. Trebuie să produci zero deşeuri, să devii vegan şi să fii cât se poate de debranşat de la utilităţi, altfel vei înfrunta consecinţe catastrofale, într-un viitor climatic distopic. Da, este nevoie de acţiuni radicale, dar fiecare om are nevoie de propriul catalizator şi punct de pornire în călătoria sa de împrietenire cu mediul. Sper că această carte te-a încurajat să începi de undeva sau să-ţi continui călătoria deja începută – făcând acest lucru, devii parte din soluţia la problema climatică şi protejezi planeta, în beneficiul generaţiilor viitoare.

Costul lipsei de acţiune este prea mare. Este

important să-ţi aminteşti cât de gravă este situaţia, chiar în timp ce stai confortabil şi citeşti această carte. Dacă fiecare consumator ar înceta chiar acum să mai folosească maşini şi avioane, să cumpere articole de modă rapidă, să mănânce carne şi să arunce obiecte din plastic, problemele nu s-ar rezolva peste noapte. Pentru că aceste eforturi nu sunt decât o picătură într-un ocean uriaş de rău pe care oamenii l-au făcut planetei noastre – şi încă într-un timp atât de scurt. Dar ceea *ce putem* să facem şi va fi la fel de semnificativ este să cultivăm un mediu care susţine aceste schimbări şi educă generaţiile viitoare. Acum putem construi o infrastructură care să ajute omenirea să evolueze, putem să ne îndreptăm greşelile şi să investim în idei şi soluţii care pot construi un viitor mai bun pentru copiii noştri.

Destul cu ura, destul cu învinovăţirea – acum este timpul să acţionezi. Tu, în călătoria ta, făcând ceea ce poţi să faci. Nu contează cine eşti sau unde ai ajuns în viaţă şi câţi bani ai, poţi să-ţi faci partea, ca să ajuţi la salvarea planetei. Există mai multe sfaturi şi trucuri pentru a duce o viaţă mai sustenabilă decât ar putea încăpea în paginile unei cărţi. Fie că faci o schimbare, cinci sau zece dintre cele propuse în această carte, sper ca ele să te facă să simţi că ai atins un obiectiv mai înalt.

Te vei schimba?

Speranţa înseamnă să aştepţi. Curajul înseamnă să te ridici şi să treci la acţiune.

Dacă un anumit subiect, tratat în această carte, chiar ţi-a atras atenţia, începe-ţi propria campanie, fie că este vorba de o politică tip „fără plastic la muncă”, fie că vei

face alegeri mai etice în ceea ce priveşte moda, sau pur şi simplu îţi vei îmbunătăţi dieta, trecând la produse locale şi o hrană bazată mai mult pe plante. începe azi prin a te întreba: dacă lucrurile s-ar putea schimba, cum şi ce ai vrea să se schimbe, la modul ideal? Vocea şi acţiunile tale sunt cele mai importante lucruri pe care le ai.

• începe să discuţi cu prietenii şi familia despre părerile tale.

• Ca să ajungi la mai mulţi oameni, foloseşte reţelele sociale pentru a pune întrebări, a susţine opinii şi a cere sprijin.

• Scrie-le reprezentantului tău parlamentar şi celor din guvern.

• Scrie-le brandurilor tale preferate.

• Expune brandurile mincinoase pe reţelele sociale.

• Alătură-te unui protest.

• Mobilizează-te împreună cu alţii.

• Apără împreună cu alţii.

• Educă împreună cu alţii.

• Acţionează împreună cu alţii.

• Ne avem unii pe ceilalţi, iar asta ne face să fim împreună.

Ţine minte: aceasta este o călătorie. Schimbările

semnificative ale stilului tău de viaţă, oricât de mari sau mici vor fi, nu se vor întâmpla imediat, aşa că, pe măsură ce începi acest proces, aici găseşti spaţiul necesar (4 pagini) ca să-ţi notezi câteva gânduri despre schimbările climatice şi impactul lor:

- Stabileşte *de ce* îţi pasă de mediu, de oameni şi de generaţiile viitoare.
- Evaluează-ţi stilul de viaţă, obiceiurile, modelele de cheltuieli şi de producere a deşeurilor.
- Până la urmă, clima se schimbă – te schimbi şi tu?

Gânduri despre schimbarea climatică

Note

Introducere

[1] www.theguardian.com/environment/2018/oct/30/humanity-wiped- out-animals-since-1970-major-report-finds

[2] www.vox.com/energy-and-environment/2019/5/17/18626825/ alexandria-ocasio-cortez-greta-thunberg-climate-change

Capitolul 1

[1] www.cencoos.org/learn/oa/intro

[2] www.bbc.co.uk/news/science-environment-11833685

[3] www.bbc.co.uk/news/science-environment-11833685

[4] dictionary.cambridge.org/dictionary/english/deforestation

[5] '0ur Common Future Report' Brundtland Rep www.sustainabledevelopment2015.org/AdvocacyToolkit/index.php/earth-summit-history/ historical-documents/92-our-common-future

[6] www.wrap.org.uk/about-us/about/wrap-and-circular-economy

[7] skepticalscience.com/climate-change-global-warming-basic.html

[8] www.bbc.co.uk/news/science-environment-11833685

[9] www.sciencealert.com/here-s-how-biodiversity-expertsrecognise-that- we-re-midst-a-mass-extinction; https://www.nationalgeographic.com/ science/prehistoric-world/mass-extinction/

[10] www.nationalgeographic.com/magazine/2018/07/embark-essay- climate-change-pollution-revkin/

[11] www.nrdc.org/stories/paris-climate-agreement-everything-you-need- know

[12] www.bloomberg.com/news/articles/2018-09-06/great-barrier-reef- showing-signs-of-recovery

[13] www.un.org/sustainabledevelopment/climate-negotiations-timeline/

[14] www.businessinsider.com/ap-timeline-of-key-events-în-uneffort- against-climate-change-2015-11 ?r=US&IR=T

[15] www.ajc.com/news/world/what-the-parisclimate-agreement-things- you-should-know/zG6aSruOocgyOvTd4VnPTM/

[16] BBC Online article:'Final Call to Save the World From Climate

Catastrophe'www.bbc.co.uk/news/science-environment-45775309

[17] www.sustainabledevelopment.un.org/7men u=l 300

[18] www.dw.com/en/haiti-and-the-dominican-republic-one-island-two- worlds/a-16593022

Capitolul *2*

[I] www.channel4.com/news/factcheck/no-plastic-bag-sales-arent-down-90 [2]thegoodshoppingguide.com/blog/success-a-look-at-englands-new-plastic-bag-tax

[3] medium.com/social-innovation-japan/7-surprising-facts-aboutplastic- în-japan-f6920cc8e621

[4] Ellen MacArthur Foundation, www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/EllenMacArthur Foundation TheNewPlasticsEconomy_Pages.pdf

[5] thediplomat.com/2018/04/indonesias-citarum-the-worlds-most- polluted-river/

[6] www.plasticseurope.org/en/about-plastics/what-are-plastics/how- plastics-are-made

[7] www.ecowatch.com/fossil-fuels-single-use-plastics-2565595371.html

[8] www.express.co.uk/life-style/top10facts/948862/National-Tea-Day-tea- facts

[9] www.nestandglow.com/healthy-food/plastic-foods

[10] wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/25496/singleUsePlastic_sustainability.pdf?isAI lowed =y&sequence=l

[II] mainichi.jp/english/articles/20170819/p2a/00m/0na/002000c

[12] news.nationalgeographic.com/2017/07/plastic-producedrecycling- waste-ocean-trash-debris-environment/

[13] *How to Give Up Plastic: A Guide to Changing the World One Plastic Bottle ataTime.'MW* McCallum, Penguin Life (2018)

[14] www.ellenmacarthurfoundation.org/our-work/activities/new-plastics- economy/vision

Capitolul 3

[1] www.fashionrevolution.org/usa-blog/um-and-ah-the-psychologyof- self-justification/

[2] truecostmovie.com/learn-more/environmental-impact/

[3] www.forbes.co m/sites/jamesconca/2015/12/03/making-climatechange-fashionable-the-garment-industry-takes-on-global- warming/#6921327e79e4

[4] www.forbes.co m/sites/jamesconca/2015/12/03/making-climate- change-fashionable-the-garment-industry-takes-on-global- warming/#734be43279e4

[5] bette rcotto n .org/abo ut-bc i/cotton s-water-footpri nt- how-o n e-Tsh i rt- makes-a-huge-impact-on-the-environment/

[6] www.1millionwomen.com.au/blog/5-crazy-facts-new-fashion-

documentary-true-cost/

[7]'Are You a Consumer of Fast Fashion?'Trusted Clothes.Retrieved 24 April 2019, www.trustedclothes.com/Problem.shtml

[8]truecostmovie.com/christina-dean-interview; www.mckinsey.eom/~/ media/McKinsey/lndustries/Retail/Our %20 lnsights/The%20State%20 of%20Fashion%202019%20A %20year%20of%20awakening/The-State- of-Fashion-2019-final.ashx

[9]www.contrado.co.uk/blog/what-is-polyester-a-closer-look-intothis- love-it-or-hate-it-fabric/

[10] www.forbes.com/sites/jamesconca/2015/12/03/making-climatechange- fashionable-the-garment-industry-takes-on-globalwarming/ #6921327e79e4

[11] truecostmovie.com/learn-more/environmental-impact/

Capitolul 4

[1]Podcast Deliciously Ella with Olio founder Tessa Clarke'Reducing Food Waste', deliciouslyella.com/podcast/food-waste-and-climate-change/

[2]theconversation.com/five-ways-the-meat-on-your-plate-iskilling-the- planet-76128

[3]foodrevolution.org/blog/food-and-climate-change/

[4]climateandcapitalism.com/2018/06/26/why-avoiding-meat-and-dairy- wont-save-the-planet/u

[5]sustainablefoodtrust.org/articles/sustainable-food-trustwelcomes-ipcc- report-which-recognises-positive-role-oflivestock-în-cl ¡mate-change- mitigation/

[6]www.th eg ua rd ia n .com/com mentisf ree/2018/a u g/25/veg an is m – intensively-farmed-meat-dairy-soya- maize

[7]www.ciwf.org.uk/media/7436369/how-to-transition-to-anourishi ng- sustainable-equitable-and-humane-food-system-2019.pdf! 0

[8] www.daylesford.com/blog/daylesford-organic-chickensustainable-

a p p roac h-feed-g rowi n g-a p petite/

[9]www.theguardian.com/lifeandstyle/2017/feb/14/sea-to-platepla5tic- got-into-fish

[10] www.timetochangewales.org.uk/en/about/news/depression-andsuicide-are-leading-causes-death-within-farming-communitiesuk/

[11] blog.farmguide.în/farmer-suicides-în-india-suicide-notes-ofvishal- pawar-addc9d32183

[12] www.theguardian.com/lifeandstyle/2005/aug/14/foodanddrink. features 10

[13] www.theguardian.com/global-development/2018/aug/20/food-waste- alarming-rise-will-see-66-tonnes-thrown-awayevery-second

[14] www.washingtonpost.com/news/theworldpost/wp/2018/07/3l/food- waste/?utm_term=.515abce43b05

Capitolul 5

[1] trashisfortossers.com/3-ingredient-homemade-nontoxic-cleaner/
[2] www.treehugger.com/htgg/how-to-go-green-laundry.html
[3] www.theguardian.com/environment/2017/rnay/07/the-eco-guide-to- laundry
[4] munchies.vice.com/en_uk/article/9kpjed/69-percent-of-britsdont- know-food-waste-contributes-to-climate-change-survey-finds?fbclid=l wAR2A6ykTGV75km8mEZP3G7kF2n83ROwFZvPj9pfpzna PRfY2zncOz9bf330
[5] uk.whogivesacrap.org/pages/about-us
[6] friendsoftheearth.uk/climate-change/renewable-energy-uk-howwind- wave-a nd -s u n-wi 11 -power-u k
[7] www.linkedin.com/pulse/can-uk-run-renewables-alonesian-smith/
[8] www.theguardian.com/environment/201 l/sep/16/carbon-offsetprojects-carbon-emissions
[9] matteroftrust.org/how-energy-efficient-homes-impactthe-environment/
[10] www.atag.org/facts-figures.html
[11] www.atag.org/facts-figures.html
[12] www.atag.org/facts-figures.html
[13] www.ontheluce.com/carbon-offsetting-flights/

Capitolul 6

[1] www.telegraph.co.uk/news/2018/08/01 /decad e-sma rtph on esnow- spend-entire-day-every-week-online/
[2] Boyd & Ellison, 2007, oxfordre.com/climatescience/view/10.1093/ acrefore/9780l90228620.00l.0001/acrefore-9780190228620-e-369
[3] oxfordre.com/climatescience/view/10.1093/ acrefore/9780l90228620.00l.0001/acrefore-9780190228620-e-369
[4] www.theguardian.com/commentisfree/20l9/apr/15/ rebellionprevent- ecological-apocalypse-civil-disobedience?utm_ term=Autofeed&CMP=fb_gu&utm_medium=Social&utm_ source=Facebook&fbclid=lwAR2Qy_ 1 AuKlhsye9N4LVdUAyO9sUOCz3vorPV60bG bqf9VR9JnC41 kxWPrM#Echobox=1555753873
[5] www.nationalgeographic.com/environment/2004/01/ consumerism- earth-suffers/
[6] www.counterpunch.org/2016/12/20/rapacious-consumerism-and- climate-change/
[7] www.ro berts b ri d geg ro u p.com/o u r-views/b u şi ness-bewa rned

[8]fashionista.com/2018/08/b-corp-certification-requirementsbenefits- Companies

Capitolul 7

[1] *Feminism and Ecology,* Mary Mellor, New York UniversityPress, 1997, p.l

[2]www.undp.org/content/dam/undp/library/crisis%20prevention/ disaster/7Disaster%20Risk% 20Reduction%20-%20Gender.pdf

[3] www.bridesofthesun.com/

[4]www.u ne nvi ro n ment.org/news-a n d -stories/story/em poweri n g wo men – frontlines-climate-change

[5]womendeliver.org/investment/invest-women-tackle-climatechange- co n serve-e n vi ro n me nt/

[6]www.actionaid.org.uk/about-us/what-wedo/womens-economic-em- powerment/food-hunger-and-sustainable-livelihoods/how-climate- change-is-threatening-lives?gclid=EAIaIQobChMI_JO-8uu44wlVS7DtC hOc4g AME AAYAyAAEg LAS_D_BwE

[7] birthstrike.tumblr.com/

[8]www.huffingtonpost.co.uk/entry/plastic-free-tampons-pads_n_5c0e88 a6e4b06484c9fce988? guccounter=1 & guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d 3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAANIbzQOzBZ_JQtuMfVNdudKL8MboEThYnq7v6KWPHfDgZ8yVfOs_UDfXL6Elx NBC4P UhxHVXuWaAzCdS7SFSwvjlpXhGxC2EkQLtt2Nye62W9E0IAsxt 6bYa rA8-0FlS3TkQP8sw5HQYdJV2oZ_kkFkVZwg5G6Y2QUu8u3xifky

[9]friendsoftheearth.uk/plastics/plastic-periods-menstrualproducts-and- plastic-pollution

[10]zerowasteeurope.eu/zw-library/reports/

[11] www.telegraph.co.uk/news/2018/11/13/wet-wipes-sold-fiushable- responsible-93-percent-blockages-uk/

[12] science.sciencemag.org/content/359/6377/760

[13] www.theguardian.com/commentisfree/2019/apr/15/rebellionpre- vent-ecological-apocalypse-civil-disobedience?utm_term=Auto-feed&CMP=fb_gu&utm_medium=Social&utm_source=Facebook&fb- clid=IwAR2Qy_1AuKlhsye9N4LVdUAy09sUOCz3vorPV60bGbqf9VR- 9JnC41kxWPrM#Echobox=l 555753873

[14] www.monash.edu/environmental-sustainability/news-and-events/ l atest-news/c l i mate-c ha n ge-a-fi rst-ha n d -expe ri ence

[15] ejfoundation.org/what-we-do/climate/protecting-climate-refugees

[16] medium.com/insurge-intelligence/escaping-extinction-throughpara- digm-shift- 83e33d4cb548